



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADEMICA DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

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

TEMA:

**“CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA EL USO
APROPIADO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS,
APROVECHANDO LAS OPORTUNIDADES DE MEJORA EN SUS
NIVELES DE COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES DE LA CIUDAD
DE MILAGRO”.**

AUTORAS:

**KATHERINE COLOMA BARZOLA
SANDY NATHALY GARZÓN CASTRO**

MILAGRO, ABRIL 2013

ECUADOR



ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En calidad de TUTOR de proyecto de investigación nombrado por el consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que procedí al análisis del proyecto con el título de

“CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA EL USO APROPIADO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS, APROVECHANDO LAS OPORTUNIDADES DE MEJORA EN SUS NIVELES DE COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES DE LA CIUDAD DE MILAGRO”.

Presentado como requerimiento previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: Ingeniero(a) Comercial.

El mismo que considero debe aceptarse por cumplir con los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentando por los Egresados:

Coloma Barzola Inés Katherine

C.I.: 091941277-5

Garzón Castro Sandy Nathaly

CI: 092715395-7

JINSOP GAMBOA POVEDA. MAE



DECLARACIÓN DE AUDITORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Por medio de la presente declaramos ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia auditoría, no contiene material escrito por otra persona al no ser el 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, 19 de Abril 2013

Inés Katherine Coloma Barzola
C.I.: 09191412775

Sandy Nathaly Garzón Castro
C.I.: 092715395-7



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVA Y COMERCIALES

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de:

**INGENIERO(A) COMERCIAL, otorga al presente PROYECTO EDUCATIVO
las siguientes calificaciones:**

TRABAJO ESCRITO..... ()

EXPOSICIÓN ORAL..... ()

TOTAL..... ()

EQUIVALENTE..... ()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedico el presente proyecto primeramente a Dios por haberme dado la oportunidad y la dicha de la vida, permitiendo llegar a alcanzar una de mis metas propuestas ya que sin él no hubiera podido lograrla.

A mi madre que ha sido mi guía y todo para mí, porque siempre estuvo a mi lado brindándome todo su apoyo y amor incondicional, dándome la fuerza necesaria para alcanzar mis logros.

A mi papa que aunque no esté conmigo, me apoyo con su espíritu contribuyendo a lograr mis metas.

A mi hijo querido que es el mejor regalo que Dios me ha brindado ya que él me impulsa a conseguir uno de mis sueños y metas propuestas.

Sandy Nathaly Garzón Castro

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios Todo Poderoso, porque sin él no habiéramos podido hacer nada, por darme sabiduría y fortaleza para enfrentar los obstáculos que se presentan cada día, por darme salud, y todo lo que tengo, por permitirme que llegue a cumplir uno de los objetivos propuestos y es llegar a ser un buen profesional.

A mi mamá por ser padre y madre a la vez, la persona con la que siempre he contado incondicionalmente, por ser más que una madre, ser mi amiga, por sus consejos, su apoyo, su esfuerzo y por su gran amor que en todo momento me ha brindado.

A mi compañero sentimental ya que me ha brindado todo su apoyo y amor logrando así alcanzar una de mis metas.

A los docentes que nos brindaron sus conocimientos a fin de que nos convirtiéramos en profesionales de calidad.

A mi familia y personas que en su debido momento me tendieron la mano les agradezco.

Sandy Nathaly Garzón Castro

DEDICATORIA

Mi conmemoración indispensable de este proyecto a Dios Padre todo Poderoso por darme la satisfacción de seguir en el día a día ayudándome y darme la fuerza necesaria con sabiduría y amor dedicarme a las cosas fundamentales guiándome por el camino correcto dándome la fuerza necesaria para terminar hoy en día una etapa más de mi Carrera Profesional.

A mis Padres y hermanos que siempre estuvieron alentándome y guiarme de una u otra manera con sus consejos sus opiniones al igual que sus experiencias que muchas veces nos ayudan para darnos cuenta lo fundamental y a veces complicada que es la vida ayudándome a entender de por si que con esfuerzo se logra lo anhelado.

A mis amigos incondicionales que por más que pasa el tiempo siempre te están brindando su carisma y apoyo para no desmayar en el proceso de seguir adelante.

Inés Katherine Coloma Barzola

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado la oportunidad de estar en este mundo maravilloso rodeada de personas muy importantes en mi vida x habérmelas guiado hacia a mí por dármeles a mi familia salud y vida para que sigan conmigo al pie de lucha ante los obstáculos que se me presentan en el camino, a mis amistades por ese apoyo y ánimos que me han brindado para seguir al pie de lucha alcanzar el lugar en donde estoy.

A los respectivos docentes que nos brindaron sus conocimientos para convertirnos en profesionales de eficiencia y calidad.

Y a las demás personas que de alguna u otra manera contribuyeron en mi formación profesional habiendo logrado una de mis tantas metas propuestas sabiendo que eh alcanzado tan grande merito por ustedes por la fuerza que me han consagrado.

Inés Katherine Coloma Barzola

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

MSc.

Jaime Orozco Hernández

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 nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue **“CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA EL USO APROPIADO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS, APROVECHANDO LAS OPORTUNIDADES DE MEJORA EN SUS NIVELES DE COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES DE LA CIUDAD DE MILAGRO”** y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 19 de Abril 2013

Inés Katherine Coloma Barzola

CI: 091941277-5

Sandy Nathaly Garzón Castro

CI: 092715395-7

ÍNDICE GENERAL

Portada.....	i
Constancia de Aceptación del Tutor	ii
Declaración de Auditoría de la Investigación	iii
Certificación de la Defensa	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento.....	vi
Cesión de derechos de Autor.....	ix
Índice general	x
Índice de cuadros	xii
Índice de figuras	xiii
Resumen	xiv
Abstrat.....	xv

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1 Problematización.....	2
1.1.2 Delimitación del Problema.....	4
1.1.3 Formulación del Problema	4
1.1.4 Sistematización del Problema	4
1.1.5 Determinación del Tema	4
1.2 OBJETIVOS	5
1.2.1 Objetivo General	5
1.2.2 Objetivo Especifico	5
1.3 JUSTIFICACIÓN	5

CAPÍTULO II MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO	8
2.1.1 Antecedentes Históricos.....	8
2.1.2 Antecedentes Referenciales.....	13
2.1.3 Fundamentación.....	15
2.2 MARCO LEGAL	33

2.3 MARCO CONCEPTUAL	45
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES	49
2.4.1 Hipótesis General.....	49
2.4.2 Hipótesis Particulares.....	49
2.4.3 Declaración de las Variables.....	50
2.4.4 Operacionalización de las Variables.....	51

**CAPÍTULO III
MARCO METODOLÓGICO**

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	53
3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA	54
3.2.1 Características de la Población.....	54
3.2.2 Delimitación de la Población.....	54
3.2.3 Tipo de Muestra.....	54
3.2.4 Tamaño de la Muestra.....	55
3.2.5 Proceso de Selección.....	55
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	56
3.3.1 Métodos Teóricos.....	56
3.3.2 Métodos Empíricos.....	57
3.3.3 Técnicas e Instrumentos.....	57
3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN	57

**CAPÍTULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS**

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	58
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS	69
4.3 RESULTADOS	70
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	71

**CAPÍTULO V
PROPUESTA**

5.1 TEMA	73
5.2 JUSTIFICACIÓN	73
5.3 FUNDAMENTACIÓN	74
5.4 OBJETIVOS	75

5.5 UBICACIÓN	76
5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	77
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.	102
5.7.2 Recursos, análisis financiero	102
5.7.3 Impacto	114
5.7.4 Cronograma.	115
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	116
CONCLUSIONES	117
RECOMENDACIONES	118
BIBLIOGRAFÍA	119
ANEXOS.	122

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Declaración de variables	50
Cuadro 2. Operacionalización de las Variables.....	51
Cuadro 3. Desempeño con la Competitividad a base de tecnología	59
Cuadro 4. Administradores que manejan tecnología.....	60
Cuadro 5. Al no aplicar tecnología se perderían oportunidades de desarrollo.....	61
Cuadro 6. Administración tradicional.....	62
Cuadro 7. La tecnología representa una gran inversión	63
Cuadro 8. Poca reinversión en mejorar la administración con equipos tecnológicos ...	64
Cuadro 9. Microempresarios desconocen el manejo de tecnología	65
Cuadro 10. Escaso desarrollo y crecimiento de empresarios	66
Cuadro 11. Microempresarios sienten temor de implementar tecnología	67
Cuadro 12. Falta de una visión más ambiciosa por parte de microempresarios	68
Cuadro 13. Verificación de la Hipótesis	71
Cuadro 14. Análisis FODA.....	88
Cuadro 15. Matriz FOFADODA.....	89
Cuadro 16. Barreras de Entrada F1	92
Cuadro 17. Servicios Sustitutos F2	92
Cuadro 18. Determinantes de la Rivalidad F3.....	93
Cuadro 19. Poder de los Compradores F4	93
Cuadro 20. Negociación de los Proveedores	94
Cuadro 21. Análisis del sector Comercial.....	94
Cuadro 22. Precios	98
Cuadro 23. Recurso Humano.....	103
Cuadro 24. Activos Fijos	104
Cuadro 25. Depreciaciones	104
Cuadro 26. Gastos Por Año.....	105

Cuadro 27. Detalle De Gastos.....	106
Cuadro 28. Costo De Ventas.....	106
Cuadro 29. Presupuesto De Ingresos.....	107
Cuadro 30. Inversión.....	107
Cuadro 31. Financiamiento Del Proyecto.....	108
Cuadro 32. Tabla De Amortización.....	108
Cuadro 33. Estado De Perdidas Y Ganacias Proyectado	110
Cuadro 34. Flujo De Caja Proyectado	111
Cuadro 35. Balance General	112
Cuadro 36. Indices Financieros.....	112
Cuadro 37. Tasa De Descuento.....	112
Cuadro 38. Tasa De Rendimiento Promedio Y De Retorno	113
Cuadro 39. Cronograma de Actividades.....	115

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación	76
Figura 2. Organigrama Estructural	79
Figura 3. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter	91
Figura 4. Centro de Capacitación Tecnológica “TCGLOBAL”	95
Figura 5. Publicidad	100
Figura 6. Tarjeta de Presentación.....	101
Figura 7. Redes Sociales	101

RESUMEN

El presente estudio se lo direcciona al sector de las pymes de la ciudad de Milagro, con la finalidad de inducir el desarrollo empresarial y económico de este tan importante sector. La calidad de la capacitación hacia este sector es dar a conocer a los administradores el uso de herramientas tecnológicas, implementándolas, aprovechando oportunidades que brinda esta herramienta, que en la actualidad nos ayuda ser mucho más competitivos.

Tiene como objetivo analizar los diversos problemas que presentan este importante sector con la finalidad de aportar con herramientas de estrategias, servicio tecnológico de calidad de este sector, aportando al desarrollo económico empresarial de la Ciudad de Milagro. La tecnología por lo general va de la mano con el crecimiento de las Pymes siendo mucho más rentable de manera eficiente al implementar marketing digital.

Hay que recalcar mucho que para estar a la vanguardia de las grandes empresas hay que renovarse siempre, la tecnología siempre va de la mano con la creatividad e innovación estos dos conceptos por lo general circulan por el mismo camino pues existe una relación de complementariedad entre ellos.

De alguna u otra manera una aplicación de esta función en la micro empresa da una dosis previa de elevada creatividad y novedad llamando la atención de los clientes la cual a su vez también traerá sus dificultades al momento de sobrevivir en un entorno global, caracterizado por el incremento constante de la intensificación de la competencia, entre los diferentes productores ya sea de bienes y/o servicios.

Este proceso a su vez entre tecnología, creatividad e innovación fomenta un espíritu emprendedor con énfasis dentro de las etapas preliminares del llamado “Ciclo de emprendimiento” un momento para el desarrollo de las capacidades creativas como insumo clave del proceso de identificación de oportunidades.

Las Pymes de la Ciudad de Milagro al implementar tecnología ganarían ventajas siempre y cuando aprovechen las oportunidades que esta herramienta ofrece.

ABSTRAT

The present study addresses the pymes sector of the city of Milagro, in order to induce business and economic development of this important industry. The quality of training for this sector is to provide administrators the use of technological tools, implementing them, taking advantage of opportunities provided by this tool, which now helps us be much more competitive. We aimed to analyze the various problems presented this important sector with the aim of providing tools of strategies, technological service quality in this sector, contributing to the economic development business Miracle City. The technology usually goes hand in hand with the growth of pymes being more cost-efficient way to implement digital marketing.

It should be emphasized much for being at the forefront of large companies must constantly renewed, technology always goes hand in hand with creativity and innovation these two concepts usually circulate in the same way as there is a complementary relationship between them .

In some way or another application of this function in the micro enterprise gives a previous dose of creativity and novelty raised the attention of customers which in turn will bring their difficulties when survive in a global environment characterized by the steady increase in the intensification of competition between different producers either real and // or services.

This process in turn between technology, creativity and innovation encourages entrepreneurship with emphasis in the early stages of the "entrepreneurial cycle" a moment for the development of creative abilities as a key input in the process of identifying opportunities.

Pymes Miracle City would gain advantages by implementing technology provided seize the opportunities that this tool provides.

INTRODUCCIÓN

Nuestra Sociedad hoy en día manejan mucho el tema de creación de microempresas las cuales muchas veces son generadoras de economía a nuestra demanda, en la que esta se logra beneficioso al contar con estructuras pequeñas es mucho más sencillo ajustarse a requerimientos del mercado y también de clientes.

Actualmente las PYMES han evolucionado en el mercado actual, reflejándose en el crecimiento que depende en gran medida por su desempeño en el servicio a ofertar, ya que al contar con estructuras más pequeñas es sencillo ajustarse a los requerimientos, necesidades del mercado y de los clientes, sin embargo existen muchas dificultades relacionados a satisfacción del cliente, carencia de una filosofía de trato al cliente, debido a la menor disponibilidad de recursos e insumos, acceso a créditos financieros, poca innovación a herramientas tecnológicas que le permitan brindar un servicio de calidad que satisfaga al cliente.

Este estudio nace de la observación de mejorar el servicio de las PYMES hacia el enfoque del cliente, que cuente con conocimientos que le permitan mejorar en su crecimiento y desarrollo empresarial.

Cuyo objetivo es en la que las Pymes de nuestra Ciudad tengan como ventaja para su competitividad la implementación de la tecnología basándose en las oportunidades que esta a su vez logra resaltar en el día a día, enfocándonos directamente a los microempresarios con la finalidad de ayudar en la administración de servicios en las pequeñas y medianas empresas.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

Pese a hallarse en un mundo en su totalidad globalizado día tras día por el internet y suscribir con mucha facilidad a casi cualquier tipo de información que sea requerida por el usuario de una computadora en línea –On line- es aún notorio la falta de destrezas para poder requerir o aplicar algún tipo de información en ámbitos ya sean productivos para generar creatividad innovadora o para hacer uso de los servicios de la misma.

Son muchos los microempresarios de las diferentes PYMES que en esta época no cuentan con la aplicación de la tecnología en sus diferentes negocios ya que muchos de ellos suelen considerar que requieren de mayor inversión de capital como a su vez desconocen del manejo de la tecnología basándose en la administración tradicional la cual no se aplica la tecnología, hay que recalcar que muchas de estas microempresas son familiares que vienen de lo tradicional basándose en la antigua administración.

Del mismo modo los microempresarios de las PYMES en el Cantón Milagro carecen de un tipo de Miedo a incursionar en actividades administrativas que empleen tecnología a su vez este genera a que el en negocio permanezca en un status quo administrativo y por ello igualmente que a la falta de la escasa visión de desarrollo y progreso no existe una mejora empresarial para las PYMES muchos de estos factores hacen que este tipo de microempresas vayan a la quiebra por el desconocimiento de los beneficios de la tecnología y las pérdidas de oportunidades de mejora en sus niveles de competitividad al no aplicarlas en la actualidad a nuestros negocios.

CAUSAS:

1. Los dueños consideran que requieren mayor inversión de capital.
2. Los dueños desconocen del manejo de la tecnología.
3. Miedo a incursionar en actividades administrativas que empleen tecnología.
4. Escasa visión de desarrollo y progreso.

CONSECUENCIAS:

1. Administración tradicional.
2. No se aplica tecnología.
3. Se permanece en un status quo administrativo.
4. No existe mejora empresarial.

PRONÓSTICO

Si este inconveniente persiste tendremos como consecuencia un bajo nivel competitivo y un estancamiento a las PYMES.

CONTROL DEL PRONÓSTICO

Por lo que se realizó este proyecto en la que nos enfocamos en la mejora de una adecuada administración para la eficiencia de las PYMES estimulando a los respectivos administradores y futuros microempresarios a la aplicación de la tecnología y los beneficios que esta proporciona para llevar consigo un mejor manejo de sus recursos como también elevar el nivel de competitividad en el área comercial.

1.1.2 Delimitación del Problema

País: Ecuador

Región: Litoral o Costa

Provincia: Guayas

Ciudad: Milagro

Área: Desarrollo empresarial y Administración.

Tiempo: 3 años

Universo: Las PYMES de la Ciudad de Milagro.

1.1.3 Formulación del Problema

¿De qué forma incide el escaso manejo tecnológico de las PYMES, de la Ciudad de Milagro, en la pérdida de oportunidades de mejora en sus niveles de competitividad?

1.1.4 Sistematización del Problema

¿De qué manera los dueños de las PYMES consideran que requieren mayor inversión de capital para aplicar tecnología administrativa genera una administración tradicional del negocio?

¿Cómo afecta el desconocimiento de la tecnología por parte de los dueños de las PYMES en la no aplicación de la misma en la administración?

¿De qué forma el permanecer en un status quo administrativo es el resultado del miedo a incursionar en actividades administrativas que empleen tecnología?

¿Cómo afecta la escasa visión de desarrollo y progreso de los dueños de las PYMES en el hecho de que no exista mejora empresarial en sus negocios?

1.1.5 Determinación del Tema

Estudio del escaso manejo tecnológico y su incidencia en la pérdida de oportunidades de mejora en sus niveles de competitividad de las PYMES a fin de crear un Centro de Capacitación en la Ciudad de Milagro.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Establecer de qué forma el escaso manejo tecnológico de las PYMES, de la Ciudad de Milagro, incide en la pérdida de oportunidades de mejora en sus niveles de competitividad, mediante la aplicación de una investigación que emplee técnicas e instrumentos acoplados a los informantes calificados, para contribuir al desarrollo de este sector empresarial.

1.2.2 Objetivo Especifico

- Determinar de qué manera los dueños de las PYMES consideren que requieren mayor inversión de capital para aplicar tecnología administrativa genera una administración tradicional del negocio.
- Analizar cómo afecta el desconocimiento de la tecnología por parte de los dueños de las PYMES en la no aplicación de la misma en la administración.
- Investigar de qué forma el permanecer en un status quo administrativo es el resultado del miedo a incursionar en actividades administrativas que empleen tecnología.
- Evaluar cómo afecta la escasa visión de desarrollo y progreso de los dueños de las PYMES en el hecho de que no exista mejora empresarial en sus negocios.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Actualmente el área de la informática está en permanente crisis, el cambio continuo, y la aparición de nuevas tecnologías salientes en el manejo de la informática, se ha constituido en una invariable, hoy en día la competitividad de una empresa y de un gobierno se empieza a cuantificar de acuerdo a la eficiencia en la que se maneja y se guía su información.

Prácticamente en nuestra ciudad la inexistencia de la tecnología para muchos microempresarios los conllevan muchas veces a cometer errores las cuales dificultan el desarrollo de la microempresa, con esta investigación tratamos de

hacer énfasis a las oportunidades valiosas que nos brinda la tecnología para poder llegar a ser más competitivos.

Muchas empresas no le dan la importancia que se debería dar al uso de la tecnología por lo que es de suma importancia para el desarrollo de las mismas ya que se requiere hoy en día empresas que compitan en el mercado electrónico y que tengan sistemas de información adecuado a sus necesidades.

Siendo esta herramienta fundamental para obtener una estabilidad en el mercado y ser rentables además de que prácticamente sin el uso de estas los procesos de las organizaciones serán más complejos además de que el control de la información no es la adecuada lo que genera un grave problema para el desarrollo mismo de las PYMES.¹

De acuerdo con las averiguaciones realizadas, en lo relativo a la importancia de la tecnología en las PYMES, podemos decir que los sistemas de información son de utilidad, sin recalcar el giro que este a su vez proporciona por el hecho de recopilar y analizar información ya sea interna como externa de la manera rápida y precisa que le llega al usuario que requiere.

Hoy por hoy está muy en novedad ofrecer productos a través de sistemas informáticos como el servicio en línea mediante página Web, ya que esto es un escaparate para obtener nuevos clientes si se utilizan estrategias adecuadas de marketing pero son muy pocas la que realmente obtienen beneficios y todo esto se debe a el mal uso de la publicidad, marketing o por qué no, el diseño de la misma página.

El comercio electrónico y la comunicación inalámbrica, son también parte de la tecnología con la que muchas PYMES suelen ofrecer sus productos y/o servicios, ya que esto les permite reducir sus costos de manera significativa además de que en esta época más del 25% del comercio electrónico se realiza a través de medios inalámbricos.

¹RODRIGUEZ CALENCIA, Joaquín: Decisiones gerenciales Efectivas, Editorial Trillas, Guayaquil-Ecuador, 1996.

Esta herramienta ayudara a obtener grandes oportunidades de crecimiento, ya que podrán contar con la gran ventaja de que sus productos y/o servicios estarán a la vista de sus clientes durante todos los días del año.

La conexión en red es una manera muy común de compartir información, y que permite a cualquier usuario de dicha red obtener información en el momento que se requiera, es por eso que todas aquellas empresas que no manejen conexiones en red puede que en un futuro presenten problemas internos en cuanto a la obtención de información.

Las PYMES cuentan con importantes ventajas: Agilidad de adaptación al cambio, cercana al mercado local, creciente externalizarían, la capacidad de crecimiento y programas de apoyo. Pero en si tienen un gran inconveniente: y es que se les resiste la tecnología.

La incorporación de nuevas herramientas se produce más por imitación que por planteamientos estratégicos. Hay que aprender a beneficiarse de su utilidad.

Las pequeñas empresas carecen de personal técnico capaz de diseñar, implantar y desarrollar aplicaciones de las tecnologías de la información. "Todas manifiestan un gran interés por la información y las tecnologías relacionadas, sin embargo, desconocen la oferta tecnológica disponible, como acceder a ella, como utilizarla y cuáles son los beneficios de su uso.

Estamos conscientes de que pocas PYMES hacen uso de una computadora, nuestra estrategia es hacer accesible la tecnología como también entrenar a nuestros canales de distribución para poder llegar a más PYMES y mostrarles que la tecnología es una herramienta para el crecimiento de sus negocios".

Esta investigación es conveniente desde el punto de vista comercial y social, porque contribuirá al mejoramiento del aprendizaje innovador, competitivo y tecnológico atendiendo a las necesidades específicas del entorno que les rodea.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

Las Pymes son Pequeñas y Medianas Empresas, se menciona acerca de las Microempresas lo cual cambia el término de Pymes a Mi Pymes por lo tanto esto significa que son Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

Uno de los factores para determinar el éxito de cualquier empresa son las estrategias competitivas en este contenido todas las estrategias encaminadas al proceso de consolidación juegan un rol importante en las PYMES y es sin duda ella la encargada principal de que se logre el éxito a través de estrategias bien planificadas y sobre todo bien dirigidas.²

En el umbral del siglo XXI asistimos a una nueva etapa en la que el conocimiento es la nueva fuente de riqueza. La globalización económica promueve una nueva forma de competitividad en la que el conocimiento, su

² CLAVER COTES, Enrique: *Estrategias de internalización de las empresas*, Editorial Club Universitario, Ecuador, 1998

creación, uso y difusión, desempeña cada vez un papel más importante tanto para las empresas como para las naciones.³

La tecnología no determina la sociedad tampoco la sociedad dicta curso del cambio tecnológico, ya que muchos factores incluidos la innovación e iniciativas personales intervienen el proceso del descubrimiento científico, puesto que tecnología es sociedad y esta no puede ser comprendida o representada sin sus herramientas técnicas.

Así cuando la década de los 70 se constituyó un nuevo paradigma tecnológico organizado en torno a la tecnología sobre todo en los Estado Unidos.

Las empresas comienzan a dudar sobre sus inversiones en TI (Tecnologías de la información), de la misma manera que lo hace sobre sus presupuestos de publicidad, promoción y capacitación.

El reto de hoy en día para los ejecutivos de cualquier empresa -pequeña, mediana o grande- es identificar las inversiones necesarias en un contexto que requiere mejor eficiencia y deja poco margen para el desliz.

Es un hecho que vivimos un mundo de acceso a la información cada vez más intenso y aún encontramos organizaciones que no logran equiparar la importancia de proteger debidamente sus datos y ver a la tecnología informática como fuentes para optimizar su productividad y también aumentar la competitividad.

Actualmente las PYMES se ven obligadas a minimizar el costo de su infraestructura tecnológica, e incluso existen las que han llegado a utilizar equipos de cómputo como servidores básicos.

Resulta mucho más apropiado para este artículo aproximarse a la definición de innovación como una actividad eminentemente social, producto de las interacciones hombre-naturaleza-entorno, hombre en relación con el otro, hombre-máquina, tecnología-mundo artificial, hombre-organización, hombre-

³AGUAYO, Pedro, y, MENDOZA, Sandra: "*Acción para el Desarrollo Local*", Revista "Al Andar", Mº 2, Ecuador, Octubre 2006, pp. 5-19.

sociedad; por lo tanto, es producto de una necesidad y tiene una intencionalidad a partir de un proyecto social.

La innovación siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, esta se ha vuelto sistemática en los últimos años.⁴

Los principales factores que afectan la productividad de las organizaciones en general, ahora centraremos el análisis en aquellos que afectan especialmente a las PYMES.

Según la Cámara de la Pequeña Industria del Guayas, en el país existen alrededor de 600.000 empresas, entre micro, pequeñas y medianas. Estas empresas generarían alrededor de 1.200.000 puestos de trabajo, esto quiere decir que el 30% del empleo total, y tendrían una participación del 14% en el Producto Interno Bruto. La definición de PYMES del BID-FOMIN para América Latina, es decir aquellas que generan ventas menores de US.3 millones de dólares y tienen menos de 100 empleados.

Del total de las PYMES, unas 15.000 empresas se dedican a la actividad industrial aportando al 5% del PIB. De las PYMES que exportan, hay 210 empresas de este tipo, que contribuyen al 5% de las exportaciones.

El único estudio actualizado al 2004 sobre la competitividad de las PYMES es el realizado por Lasprilla, quien indica que las principales desventajas competitivas de este segmento de empresas radican en la calidad de sus productos, bajos niveles de innovación y uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, así como insuficiente capacitación, y asociatividad que no les permitieran alcanzar economías de escala.⁵

Las actuales potencias económicas y las nuevas potencias emergentes, reforzaran su influencia y hegemonía a partir del uso sostenible del conocimiento y sus avances en diferentes esferas: nanotecnología, tecnologías de la información y las telecomunicaciones, biomedicina, industria

⁴ MARTINEZ, Adriana: *Innovación y Competitividad en la sociedad del Conocimiento*, Editorial Plaza Valdez, México, 2009.

⁵ CELY S, Nathalie: *Propuesta para mejorar la productividad e innovación de las Pequeñas y Medianas Empresas*, México 2007

aeroespacial, genética y energías renovables, por mencionar solo algunos casos.

Los estados deberían ser, en este sentido, los principales promotores del desarrollo de la ciencia y la tecnología en la última frontera del conocimiento.

Lasprilla realiza un ranking por competitividad de las PYMES, el que se muestra a continuación:

- Empresas Más Competitivas (4): 21%
- Nivel 3: 18%
- Nivel 2: 1.29%
- Peor Nivel de Competitividad (1): 32%

La consultora MULTIPLICA da a conocer sobre los programas de desarrollo empresarial país implementados en el país en los últimos 10 años, para el Banco Interamericano de Desarrollo, estos se determinaron por su atomización y falta de integración bajo una política que origine el desarrollo integral de las pequeñas y medianas empresas.⁶

De acuerdo a esta investigación, de la evaluación de programas como el de Fondos Compartidos realizado por la CORPEI en el período 1998-2002, FUNDACYT, componente innovación y modernización tecnológicas de las empresas privadas ecuatoriana 1995-2002, Mejoramiento continuo de la calidad y competitividad de las PYMES 1998-2002, entre otros, encontró: que los proyectos eran implementados desarticuladamente sin una política que cobijara su diseño, implementación, monitoreo y evaluación, y en las que los diferentes entes ejecutores procedían bajo distintos mecanismos de asignación de los recursos, definición de las PYMES, implementación y monitoreo. Los programas más eficientes y de mayor impacto fueron aquellos que se concentraron en actividades tangibles como las certificaciones de calidad y que se guiaron por las necesidades de la demanda.

⁶ CELY S, Nathalie: *Propuesta para mejorar la productividad e innovación de las MIPYMES*, http://grupofaro.org/ciudadanizando/propuestas/productividad_web.pdf, extraído Ecuador, Noviembre 2012

Como la investigación lo demostró hasta el 2004 no existía en el país una política de estado de fomento de la productividad de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), que articulará las distintas iniciativas con el objetivo de promover sinergias e incrementar la cobertura de los mismos. El entonces Consejo Nacional de Competitividad, fomento el diálogo entre los actores relevantes:

Ministerio de Comercio Exterior, Ministerio de Finanzas, CORPEI, FUNDACYT, Secretaria de la Producción para consensuar una política cuyos objetivos eran los de aumentar la productividad de las pequeñas y medianas empresas, promover su integración productiva y fomentar su internacionalización así como el empleo que éstas generan.

Esta política fue sancionada mediante decreto ejecutivo sancionado en Enero del 2005 y que además creo al Consejo Nacional de Pequeña y Medianas Empresas bajo la dirección del Ministro de Comercio Exterior.⁷

Durante el primer trimestre del 2005, también se creó el Fondo de Desarrollo de las PYMES con el objetivo de financiar proyectos orientados a mejorar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas y promover su asociatividad empresarial.

En el mismo decreto de nacimiento del FONDEPYME, se expusieron los principios bajo los cuales este operaría: cofinanciamiento de actividades pre-competitivas y decreciente en el tiempo, implementación independiente, tercerizada y descentralizada, monitoreo y seguimiento externo al ejecutor, planteado desde la demanda, regido por un consejo interinstitucional que permita decisiones colegiadas, certificación de Calidad de proveedores privados y mecanismos descentralizados que consientan que el financiamiento llegue a todas las provincias.⁸

Es por ello que hacemos énfasis a esta problemática que se vive en aquellas PYMES del sector comercial de Milagro lamentablemente muchas de ellas son

⁷ MULTIPLICA, *Tipificación y Evaluación de Impacto de programas de desarrollo empresarial en Ecuador*, Octubre 2004

⁸ Ministerio de Coordinación de la producción, Empleo y la Competitividad, <http://www.produccion.gob.ec>, Noviembre 2012.

obligadas a cerrar por un mal estudio de mercado como también por el hecho de no actualizarse en cuanto a tecnología que es la novedad de hoy en día para favorecerse con mucha más eficiencia.

Muchos negocios han salido adelante a la aplicación de la tecnología que nos engloba en la actualidad generando sobre todo marketing ya que contamos con las denominadas redes sociales y páginas web que nos brindan una manera fácil y mucha más rápida de dar a conocer los servicios o productos que genera la microempresa a sus futuros y nuevos clientes. Llevándonos a hacer mucho más competitivos adaptándonos a los cambios del día a día.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Desde sus inicios, el hombre en la tierra ha buscado mejores condiciones de vida, avances y desarrollos en la ciencia, una mayor sensación de felicidad, un mejor nivel de vida, es decir, ha estado en la búsqueda del progreso, el bienestar y la superación.

Sin embargo existe en el país otros programas que fomentan la innovación empresarial y que reciben recursos del CEREPS (Cuenta Especial Reactivación Productiva y Social, del Desarrollo Científico-Tecnológico y de la Estabilización Fiscal), como el que se ejecuta bajo la dirección de un Comité Ejecutivo, presidido por la Secretaria Nacional de Ciencia y Tecnología (SENACYT) e integrado por representantes del Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), de la Comisión Ecuatoriana de Energía Atómica (CEEA), y de las Universidades del Estado y Escuelas Politécnicas.

De acuerdo con el reglamento operativo de los fondos CEREPS, el 5% de estos fondos se asignan para la ciencia y tecnología, mediante la administración de un Comité Ejecutivo que aprueba los proyectos en base a un proceso de evaluación que hace SENACYT/ Fundación para la Ciencia y la Tecnología (FUNDACYT).⁹

Con el aporte del 5% del CEREPS, que este año equivale a US.26 millones de dólares, se financian los siguientes programas:

⁹ CELY S, Nathalie: *Propuesta para mejorar la productividad e innovación de las Pequeñas y Medianas Empresas*, http://grupofaro.org/ciudadanizando/propuestas/productividad_web.pdf, extraído Ecuador, Noviembre 2012.

- Proyectos de Investigación Científica y Desarrollo
- Tecnológico con Centros de Investigación del país, 60%, US.11.7 millones
- Proyectos de innovación, adaptación y transferencia de tecnología, 24%. US.9.1 millones
- Proyectos de Fortalecimiento y articulación del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación, 15%, US.3.9 millones
- Proyectos de Fortalecimiento del capital humano, 1%. US.1.3 millones.

Actualmente en nuestro país Ecuador en la ciudad de Cuenca la Cámara de Comercio de Cuenca y Microsoft del Ecuador firmaron un convenio que permitió la creación de un Centro de capacitación tecnológica, denominado ENTER.

Guadalupe Durán, gerente general de Microsoft manifestó que la intención del convenio es promover empresa y productividad con tecnología y capacitación para poner en marcha emprendimientos, desarrollando nuevos emprendedores.

Se considera una herramienta muy importante para el desarrollo el uso de la tecnología, por lo cual se decidió crear este Centro, manifestó por su parte Xavier Patiño, vicepresidente de la Cámara.

La idea es que estos cursos de capacitación que dictarán tengan condiciones importantes. Por ejemplo, que los materiales, instructores y certificados de asistencia o aprobación cuenten con el aval de Microsoft.

En el Centro se dictarán dos tipos de cursos: el primero para personas que no son expertas en computación, pero que necesitan de esta tecnología, como estudiantes y personal de las empresas.

El segundo tipo de cursos estará dirigido a expertos en el tema, para ofrecerles la posibilidad de que se formen como desarrolladores de Microsoft.¹⁰

¹⁰ EL MERCURIO, *Creación de centro de capacitación tecnológica*, Cuenca, Marzo 13, 2010, [http:// www.elmercurio.com.ec](http://www.elmercurio.com.ec), Extraído, Noviembre 2012.

La revolución de la tecnología de la información, debido a su capacidad de penetración en todo ámbito de la actividad humana, es un punto de entrada para poder investigar la complejidad de la nueva economía, sociedad y cultura en formación.

En cuanto a la importancia que tiene para la competitividad de las Pymes el desarrollo y el acceso a nuevas tecnologías están en implementación a través de distintos programas para la aceleración de las diferentes Pymes, hoy hay que recalcar que hoy en día en el Ecuador existen programas de capacitación por parte del gobierno para poder desenvolverse y desempeñarse mejor en cuanto al manejo de la tecnología a nivel nacional como lo es El Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) es una institución pública adscrita al Ministerio de Relaciones Laborales. Desde 1966 ha generado procesos de capacitación y formación profesional a nivel nacional, aportando con el cumplimiento de los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir y respondiendo a los desafíos que el sistema laboral exige.¹¹

2.1.3 Fundamentación

Las PYMES

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.

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.

¹¹ SECAP, El Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional, Ecuador, Noviembre, 2012, <http://www.secap.gob.ec/index.php/inicio>

- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.¹²

Importancia de las PYMES

Las PYMES en el Ecuador se descubren en particular en la producción de bienes y servicios, siendo base del desarrollo social del país produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo.

Tipos de PYMES

Son las denominadas Pequeñas y Medianas Empresas y estas están divididas en cuatro tamaños diferentes:

- Hasta 10 trabajadores se conoce como MICRO,
- De 11 hasta 30 para el sector Comercio, de 11 hasta 50 para los sectores de la Industria y Servicios se conoce como PEQUEÑA
- De 31 a 100 para el Comercio, de 51 a 100 para sector Industrial y de 51 a 250 para Servicios se conoce como MEDIANA
- GRANDES es de más de 100 en Comercio y Servicios y más de 250 para el sector Industrial.

Ecuapyme, nos brinda un concepto muy completo de lo que son las pymes en nuestro país: “Se engloba a las pymes ecuatorianas como cualquier empresa proveedora de servicios y productos o insumos para otras empresas de amplia cobertura de mercado”.

Es por ello que le damos como un significado mucho más complejo como en el que las PYMES es un ente productivo o de servicios que genera empleo y productividad en el país y permite abastecer la demanda de productos y servicios de empresas nacionales, multinacionales e industrias que mueven al Ecuador”.

¹² SRI, Servicios de Rentas Internas, Ecuador, Noviembre, 2012, <http://www.sri.gob.ec>

La Administración

La administración, se puede relacionar con el ámbito económico. Es una de las actividades más comunes de la administración. Por lo mismo es que en la actualidad, existen los cargos de administración y finanzas. Actividad, que busca el balance constante, entre los egresos e ingresos. Esto, para conservar el nivel productivo y financiero de la organización. En el fondo, que esta sea rentable. Tanto en el ámbito de las organizaciones con fines de lucro o no. Ya que la administración, busca que en el largo plazo, toda organización sea solvente.

Importancia de la administración

Es importante la utilización de la administración para poder identificar apropiadamente los problemas y poderlas solucionar correctamente además de estructurar los objetivos y metas de manera que permitan a la organización el cumplimiento de las mismas; de manera ordenada de acuerdo a las necesidades de la demanda y de dar soluciones oportunas y adecuadas para el control y desarrollo de las actividades, para reestructurar y si es necesario la aplicación de estos conceptos de la administración porque de ello depende el crecimiento de la organización y el manejo de las políticas y técnicas que conlleven a un óptimo desarrollo y a la vez sea atractiva para las organizaciones que aporten con recursos para facilitar la ayuda que se pretende disponer.¹³

El status quo administrativo

Status quo es una frase latina, que se traduce como "estado de las cosas", lo cual hace referencia al estado global ya sea de un asunto en un momento dado. Normalmente se trata de asuntos con dos partes interesadas más o menos contrapuestas, en el que un conjunto de factores dan lugar a un cierto equilibrio (status quo) más o menos duradero en el tiempo, sin que dicho equilibrio tenga que ser igualitario, (por ejemplo, podemos decir en una situación de dominación existe un status quo a favor del dominador) relacionada con ella, la frase mantenimiento del status quo hace reseña a la continuación de la situación de equilibrio, aunque los factores individuales

¹³ CERTO, Samuel C: Administración Moderna, Pág. 25-26

pueden variar, pero de forma complementaria, haciendo que se mantenga el estado de equilibrio global.

Como se deben administrar los negocios del siglo XXI

Estamos entrando en una época totalmente distinta pues el mundo está cambiando y claro también la manera de negociar y trabajar. El siglo XXI no se caracterizará por lo que actualmente la conocemos sino que será una sociedad inteligente o de conocimientos.

En un futuro la economía no solo a nivel país sino a nivel internacional será distinta. Puesto que los recursos naturales se agotan y los avances tecnológicos se acentúan la economía se basará 100% en el conocimiento y la información.

Los consumidores pagarán por el conocimiento. Con esto se tiene como idea un nuevo pensamiento en las organizaciones donde se busca un tipo nuevo de administrar. Se crean ideas exactas de cómo administrar y poder llevar al éxito de una empresa.

Muy cierto es que los cambios que en este tiempo se están experimentando se mejorarán y darán entrada a un nuevo tipo de economía y administración donde el conocimiento y la inteligencia serán bases sólidas para el buen manejo de las empresas, donde ahora estas serán materia prima o básica para la producción de bienes y servicios.¹⁴

Visión Empresarial

La Visión Empresarial se comprende a profundidad cuando los empresarios caen en la cuenta de que algo hace falta en la organización.

Como todas aquellas cuestiones que son “obligatorias” o son parte de la “convención empresarial”, la visión es uno de esos requisitos, que conllevan algo más profundo y que no se entienden del todo hasta que es evidente la necesidad de determinar la personalidad moral de la empresa.

La definición de cualquier Visión Empresarial falla cuando no somos capaces de definirla en un sentido de 360°.

¹⁴ ALBIZU, E: *Dirección Estratégica de los Recursos Humanos, teoría y práctica*, Pág. 15-22

Importancia de la Visión Empresarial

Radica en que es una fuente de inspiración para el negocio, representa la esencia que guía la iniciativa, de él se extraen fuerzas en los momentos difíciles y ayuda a trabajar por un motivo y en la misma dirección a todos los que se comprometen en el negocio.

En sectores maduros, la importancia de la visión es relativa, no tiene mucha trascendencia, pero en sectores nuevos, el correcto planteamiento de la visión es esencial para conseguir lo que la empresa quiere.

¿Cómo influyen las visiones empresariales en los negocios?

Influye en la capacidad para satisfacer a sus clientes o demanda existente en el mercado local, como también la competencia o los diferentes grupos de utilidad y son las principales fuerzas que es importante diferenciar en dicho micro entorno. Considerando el ambiente interno nos daremos cuenta de que tan favorable es el clima laboral y poder explotar las fortalezas y debilidades que aquejan al negocio para tratar de eliminarlas aprovechando oportunidades.

La visión empresarial y el desarrollo de los negocios

El negocio de una empresa solicita del aporte del seguro de diversos actores que este a su vez hace posible su existencia. Estos actores construyen la organización y los productos que más tarde se ofrecerán en el mercado.

De la calidad de estas construcciones dependerá la viabilidad de su oferta; de la destreza del líder para convocar y alinear voluntades dependerá el éxito o el fracaso de la empresa.

Visión de la Dirección

Existen muchas organizaciones en las que sus líderes entienden el proceso de la comunicación como vertical, y de arriba hacia abajo. Así, la dirección se limita a bajar línea, informando solo lo indispensable.

Como resultado de esta visión, la información es incompleta y la comunicación prácticamente inexistente. Esta óptica refleja, generalmente, una estructura piramidal verticalista y autoritaria.

Pero sea cual fuera el estilo de la Dirección, existen algunos temas que necesariamente deben ser bajados en algún momento del proceso. Una buena Dirección debe hacer conocer claramente al personal sus principales **objetivos, estrategias y políticas**. Únicamente se puede lograr el compromiso del personal cuando él mismo conoce la dirección en que se avanza.

Obviamente este conocimiento no asegura, por sí solo, el compromiso ni la identificación del personal con la empresa, pero éste, al conocer el rumbo, tendrá la posibilidad de concordar y hacer propios esos objetivos. No se quiere lo que no se conoce.

Una Dirección que alcanza integralmente la problemática que se presenta de la empresa estará muy interesada, asimismo, en bajar –de alguna manera explícita o implícita– los valores de la organización.

El personal que forma parte de una organización que cuenta con ciertos **valores** corporativos encontrará estímulos y frenos a sus acciones.

A través de la **cultura** de la organización, la gente procederá dentro de un marco, un estilo, una forma de ser que modelará sus conductas. Los valores y la cultura de la organización actúan como estímulos e inhibidores de conductas, pudiendo convertirse en una poderosa herramienta de control social y de impulsos a formas de pensar y actuar. Cuando los valores son compartidos por el personal, y la cultura organizacional es la adecuada a los fines del negocio, las acciones se potencian al encontrar un marco común de entendimiento y comunidad de fines.

Por último, la Dirección debería estar intensamente interesada en el desempeño de la organización.

La manera en que se logran los resultados es un tema de vital importancia para la empresa: qué se espera de cada uno y cómo deben alcanzarse los objetivos, son temas que deben estar claramente especificados. La **retroalimentación sobre el desempeño** es una pieza vital de comunicación que permite a cada empleado saber claramente qué se espera de él, de qué

manera actuar, cuáles son sus fortalezas y sus debilidades relativas que deben mejorarse.

Este proceso debe ser adoptado, en primer lugar, por la propia Dirección para que, a partir de allí, baje a toda la organización. Como en muchas cuestiones organizacionales, el “ejemplo” es la clave.¹⁵

Visión del Personal

El personal puede comunicar no sólo la visión de los clientes sino también su propia visión como miembro pensante de la organización.

Es interesante cómo las organizaciones desperdician la inteligencia de su gente; gente que en su casa toma decisiones, define presupuestos, controla gastos, etc., en muchos casos es tratada internamente como deficientes mentales; pareciera que esta gente sólo debe hacer lo que se les indica; pensar es tarea de unos pocos, la mayoría está para obedecer. La secuela natural de esta postura no es sólo la desmotivación que produce en el personal sino, también, la pérdida de importantes oportunidades de negocios.

La gente produce en correlación directa a lo que se espera de ella; si los líderes de la empresa esperan que no piensen, pensarán lo mínimo posible; si requieren de sus ideas, aportes, sugerencias, seguramente las recibirán.

Los diseños –y presupuestos– del trabajo en los albores de la Era Industrial están perimidos y, sin embargo, muchos líderes siguen aplicando algunos de sus conceptos.

Participar al personal en los problemas y en la toma de decisiones tiene ventajas que van más allá de la forma en que el líder trata a la gente: ¡Es un buen negocio!

¹⁵ BENAVIDES, C., QUINTANA, C: *Gestión del Conocimiento y Calidad Total*, Ed. Díaz de Santos, Pág. 12-13

Que la gente participe en el diseño de su trabajo (¿quién conoce lo que hace mejor que uno mismo?), que pueda proponer mejoras a los procedimientos y circuitos de trabajo, que opine sobre su punto de vista.

¿Cuántas veces hemos visto posiciones de la Dirección totalmente alejadas de la realidad? son modalidades, formas de trabajar, que hacen más efectivas a las organizaciones y que dependen de un buen liderazgo.

Crear un sistema de comunicaciones –de abajo hacia arriba– que aliente la crítica constructiva y la orientación a la resolución de los problemas identificados, constituye un activo invaluable en el camino hacia la mejora continua. Cuando la gente percibe que sus opiniones no son valoradas, o que cuando finalmente emite un juicio crítico, el mismo es tomado como una deslealtad, el efecto que produce es la pasividad, la falta de interés, el “no te metas”.

Cuando la crítica es alentada y, a partir de ella, se corrigen las cosas, la gente se compromete con sus líderes, queriendo lo mejor para la organización.¹⁶

Visión de los Equipos de Trabajo

Las organizaciones actuales son complejas. Nadie en una organización puede entender en profundidad todos sus procesos y circuitos.

El conocimiento, por otro lado, avanza y se acumula año tras año. Hoy más que nunca dependemos de otros; el trabajo individual prácticamente no existe. La organización es una compleja red que opera a través de gente que aporta cosas diferentes para lograr, finalmente, el resultado esperado.

Los equipos de especialistas tienen enfoques diferentes de acuerdo a su especialización; el cristal a través del cual se percibe la realidad no es el mismo para todos.

¹⁶ CALDERON, H. Gregorio: *Observatorio de Prácticas innovadoras de gestión humana en empresa colombiana. Ponencia producto de la investigación del mismo nombre, Octavo congreso Nacional y Cuarto Internacional de la Red de Investigación y Docencia sobre innovación tecnológica*, DIRCOM, España, 24, noviembre, 2010

Esta situación obliga al líder a tomar muy en serio el concepto de trabajo en equipo y sus interacciones internas.

Cuando en una organización no existen canales adecuados de comunicación entre sectores o departamentos, los compartimentos estancos proliferan pretendiendo dar una respuesta final a una compleja realidad.

El fin de la organización debe ser claro, y cada sector trabajar coordinadamente para lograr los objetivos organizacionales. El Departamento de Sistemas tiene que estar comunicado con Ventas para comprender la problemática y las necesidades de su cliente interno (que a su vez satisface las necesidades del cliente externo).

Comprender la naturaleza y los objetivos de sus funciones, sus prioridades, urgencias, presiones, es la base necesaria para trabajar coordinadamente para un objetivo común. Para lograr esta forma de trabajar, el líder debe crear canales de comunicaciones (horizontales) que permitan la interacción de los diferentes grupos internos.

Competitividad

Las empresas tienen que ofrecer algo diferente de lo que ofrecen la competencia, y debe utilizar estrategias para colocar los productos y o servicios en el mercado, es decir todo se basa en los recursos que se posee, hay que utilizarlos de manera eficiente y mejorarlos cada vez que se pueda.

Según estudios realizados por la Cámara de la Pequeña Industria (CAPIA), el 42.8% de las empresas catalogaron a sus productos con ventaja competitiva. De esto podemos descartar que si las empresas quieren realmente competir lo que pueden hacer, aunque este porcentaje podría subir, si existiera un mayor apoyo por parte del Estado.

Beneficios

Existen también algunos factores que pueden apoyar a que aumente la competitividad en una empresa, entre las cuales podemos mencionar las siguientes:

- ✓ Capacitación de los Recursos Humanos, si bien las PYMES, pueden ofrecer trabajo tanto a profesionales como a no profesionales, la capacitación se hace imprescindible aunque sin duda alguna esto representa un costo para las PYMES
- ✓ El mercado es el aspecto más importante para la competitividad, ya que es donde las Pymes desarrollan su actividad económica.
- ✓ Importante conocer el mercado para poder saber de qué maneras actuar y que ventaja competitiva puede dar mejor resultado.

Aunque para poder analizar mucho mejor la competitividad de las pymes nos podemos centrar de tres aspectos como son:

- 1.- La Innovación
- 2.- Calidad
- 3.- Eficiencia

Al hablar de competitividad ésta cobra sentido en la medida que nos comparamos, en el plano macro con otras naciones y en lo micro con otros productores.

Es común escuchar que los países son poco o muy competitivos, en este sentido hay que hacer una aclaración, lo cierto es que los individuos son los que compiten en el mercado internacional, no los países.

La capacidad entre los países no se refiere a la producción de productos sino, más bien, a quién establece un marco institucional, social, político y económico, que permita el uso más eficiente de los recursos productivos en el país. El estudio más citado sobre el análisis de marras es el que realiza el Foro Económico Mundial, que se denomina Informe de Competitividad Global.

Ecuador en ICG 2010 – 2011 está en el puesto 105 de 139 países evaluados, un retroceso si tomamos en cuenta que en el ICG 2009 ocupamos el mismo puesto 105, pero con 133 países evaluados. Aunque para el año 2011 – 2012 de acuerdo a este informe Ecuador sube cuatro posiciones en el ranking de competitividad global y pasa al puesto 101 –entre 142 economías– con un

puntaje de 3.82, según datos del Reporte de Competitividad Global (RCG) recientemente publicado por el Foro Económico Mundial.¹⁷

La Tecnología

Juega un papel muy importante en el desarrollo de una empresa con la adquisición de maquinaria, productos de excelente calidad logrando con este crear una ventaja competitiva y satisfacer de una forma eficiente las necesidades de la empresa y su entorno.

El hecho de que una empresa invierte en tecnología para mejorar procesos productivos les están brindando un factor diferenciador a la misma que la competencia muy difícilmente podrá copiar; por otro lado permitirá a la empresa disminuir los costos de operación, minimizar procesos, disminuir desperdicios, etc.

Logrando reducir notablemente los costos de fabricación y por consiguiente el precio de la venta al público como resultado el incremento de la rentabilidad de la empresa.

La tecnología en los negocios

Mientras la acelerada evolución de las tecnologías ha impactado el desarrollo social con una gran cantidad de nuevos retos y sobre todo de oportunidades, sí multaneamente algunas tecnologías alternarla forma en que las operaciones se desarrollan y otras modifican el eje de los modelos de negocio establecidos.

No obstante, ¿por qué en algunas ocasiones la relación tecnología y negocio es vista como una relación de éxito y en otras no? Explotar las oportunidades que ofrece la tecnología, de manera que contribuya a los negocios incrementales, a procesos efectivos y eficientes, a clientes satisfechos y leales es la estrategia que en la actualidad los empresarios se plantean llevar a cabo, a fin de obtener mejores resultados para las compañías, con base en una mayor integración y trabajo entre las áreas tecnológicas y de negocios.

¹⁷ FERNANDEZ SANCHEZ, José Manuel; VÁZQUEZ ORDAZ, Camilo José: *La competitividad de la empresa: un enfoque basado en la teoría de los recursos*, Editorial Servicio de Publicaciones Universidad de Oviedo, España 2006.

¿Cómo contribuye la tecnología en los negocios?

Repasaremos la forma en que la tecnología nos ha ayudado durante toda nuestra historia y cómo, hoy en día, nos permite llevar adelante negocios de manera innovadora, más rápida y eficiente.

La mejor forma de comenzar a entender cómo la tecnología impacta nuestras vidas, es el claro entendimiento del origen y el significado de la propia palabra.

De acuerdo a la Real Academia Española, la tecnología es un conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico.

La palabra tecnología viene del griego, tekhné (que significa arte, técnica u oficio) y logos (que quiere decir estudio, discurso o tratado).

Por lo que podríamos resumir que el significado de la palabra tecnología es el conjunto de aplicaciones prácticas que el hombre ha desarrollado, basados en los conocimientos científicos adquiridos, de manera de facilitar la forma de realizar tareas o construir objetos, para satisfacer las necesidades de las personas y las comunidades.

¿Qué beneficios brinda la tecnología a la administración?

Las pequeñas y medianas empresas cuentan con importantes ventajas: agilidad de adaptación al cambio, cercanía al mercado local, creciente internalización, capacidad de crecimiento y programas de apoyo. Pero tienen un gran inconveniente: se les resiste la tecnología.

La incorporación de nuevas herramientas se produce más por imitación que por planteamientos estratégicos. Hay que aprender a beneficiarse de su utilidad. Las pequeñas empresas carecen de personal técnico capaz de diseñar, implantar y desarrollar aplicaciones de las tecnologías de la información. "Todas manifiestan un gran interés por la información y las tecnologías relacionadas, sin embargo, desconocen la oferta tecnológica disponible, como acceder a ella, como utilizarla y cuáles son los beneficios de su uso.

Las tecnologías de información se tratan de implementar en grandes compañías como una estrategia de negocio, pero las, PYMES son más difíciles

de convencer debido a los costos que esto representa, o al menos, lo que ellos piensan. Los negocios pequeños son administrados generalmente por sus dueños y el tomar una decisión sobre tecnologías, cuando éste no es su negocio, entonces no puede entender todos los beneficios que representa este cambio.

Además del desconocimiento de los costos y los beneficios, tampoco se conocen las opciones disponibles o cómo elegir mejor el hardware y software necesario para cada empresa, en especial cuando no se cuenta con un departamento o al menos una persona dentro de la empresa dedicada exclusivamente a este rubro. El e-commerce y el internet no son la única forma de incorporar TIC's a un negocio por grande o pequeño que éste sea.

Evitar virus, tener una mejor comunicación y un mejor control, son algunas de las posibilidades que brindan las tecnologías de información. En algunos casos las TI's sólo se ven como una posible ventaja competitiva a futuro, pero en otros, son un arma para que sus competidores no saquen del mercado a las pequeñas empresas.

Tecnologías de información en las PYMES

En la comunidad global en la que vivimos, las pequeñas y medianas empresas requieren adentrarse en las tecnologías de información para poderlos desarrollar.

El problema es que hay una gran diversidad de empresas, por ejemplo, las que venden al consumidor final, o las que venden materias primas o productos sofisticados. Para cualquier tipo de empresa, existen muchos beneficios, pero también retos que afrontar. Lo más importante es primero identificarlos para estar conscientes de lo que significan las tecnologías de información y ver la manera en la que éstas se alinean con la estrategia del negocio.

Beneficios

A continuación se enlistan las principales ventajas que se pueden obtener de las tecnologías de información para cualquier tipo de empresa, especialmente las pequeñas y medianas.

Rapidez en los procesos

Las TIC's pueden ayudar a eficientizar los tiempos de respuesta de los diferentes tipos de métodos que se involucran en la elaboración de algún bien o servicio. Desde que se seleccionan las materias primas, pasando por el proceso de transformación, inspección de calidad, ventas, logística, y pago, el sistema puede dar información sobre el proceso. Al detectar las fallas dentro de la cadena productiva, se pueden corregir rápidamente, o incluso predecir los posibles problemas que se pueden presentar.

En el caso de las pequeñas y medianas empresas, estos sistemas pueden crear la posibilidad de que se agilicen los tiempos de espera, de entrega y los de respuesta por parte del cliente. Entre más pronto el cliente o la empresa sepa las fallas que tienen, será mejor la respuesta.

Reducción de costos

La meta de cualquier negocio es incrementar utilidades, lo cual se puede lograr mediante el aumento de ventas y/o la reducción de costos.

Un buen sistema puede permitir a la empresa ver de manera global y al mismo tiempo detallada, el resumen de las operaciones que se efectúan dentro de un plazo determinado, esto permite al dueño analizar y encontrar las posibles áreas de oportunidad para hacer las mismas actividades con menores insumos o costos operativos más bajos.

Mejor servicio

"Una razón por la que las empresas más pequeñas están invirtiendo en TI's ahora es para mejorar la cadena de abastecimiento y las tecnologías de comunicación que los conectan con las compañías más grandes que ellos proveen" (Bentley, 2003). El servicio no sólo se mejora de esta forma, también puede ser que la rapidez con la que se desarrollan los procesos mejore el tiempo de entrega o de respuesta en general hacia el cliente, esto se convierte automáticamente en una ventaja competitiva que puede ayudar al negocio a competir con otras empresas más grandes.

Publicidad

En publicidad se puede uno gastar unos 10,000 dólares anuales por un anuncio en la Sección Amarilla, o \$450 dólares por un anuncio pequeño en la sección de Avisos de Ocasión de un periódico durante el fin de semana (3 días), incluso anunciarse por radio cuesta alrededor de \$400 solares por mención de 30 segundos.

Una página de Internet puede costar desde \$100 dólares por mes, lo cual puede aumentar dependiendo de la difusión que se quiera en la red, por medio de banners, o apariciones en directorios muy consultados de la red.

La Internet es una muy buena opción para darse a conocer, es un servicio al cual los clientes potenciales puedan acceder a información sobre la empresa, con el fin de establecer un contacto que puede resultar en una venta.

Aumento de Ventaja Competitiva

Las tecnologías de información pueden proveer al negocio con una ventaja competitiva frente a sus rivales ya que provee los beneficios antes descritos que se pueden traducir en mejor servicio al cliente. Incluso hay ocasiones en que el mercado obliga a las pequeñas empresas a incorporar TI en sus negocios para no tener una diferencia tan grande en la misma industria.

Si un competidor que tiene una cadena de mini súper, que maneja código de barras, se instala frente a otro mini súper que no cuenta con esta tecnología, tal vez pueda representar una barrera para que los clientes lo prefieran. Aunque hay que recordar, y es muy importante, que la tecnología no lo es todo, si bien puede traer grandes beneficios, también necesita ir acompañada de un buen trato al cliente. Si por ejemplo, el mini súper con código de barras es más rápido que el otro, pero trata como números a los clientes y no les proporciona el trato que ellos se merecen, es muy probable que no les importe perder unos minutos más en otro establecimiento.

Sin embargo, en este contexto, las nuevas tecnologías, brindan una herramienta importantísima para poder redefinir totalmente los procesos de negocio dando un vuelco clave al concepto de reingeniería

La clave para el aprovechamiento de la tecnología en la mejora de procesos es el tratamiento de la información, ya que las nuevas tecnologías ayudan claramente a redefinir cualquier proceso que esté sustentado en la información.

La tecnología Administrativa

Una de las principales consecuencias de la tecnología cambiante ha sido la creciente especialización del conocimiento.

El sistema administrativo en la mayoría de las organizaciones incluye a muchos participantes con habilidades y capacitación especializadas.

Muchos especialistas con adecuada capacitación están en posiciones administrativas: investigación y desarrollo, expertos en comunicaciones y psicólogos y sociólogos industriales.

El surgimiento de la tecnología de información y de las herramientas tecnológicas ha modificado los procesos de administración contable y fiscal de las empresas y las ha obligado a desarrollar nuevas estrategias, no sólo para adaptarse a las exigencias de la tecnología, sino también para el logro de los mejores resultados.

En los últimos años se viene observando una mayor ansiedad por cumplir correctamente las obligaciones fiscales.

Es por eso que mediante el uso de la tecnología de información nos ha ayudado a disminuir los errores, a cumplir con las leyes fiscales, a hacer las cosas diferentes y con ahorro de tiempo.

Definitivamente, la tecnología en general ha sido la causa principal y la acción más directa para la transformación del trabajo de las organizaciones en la posguerra del siglo XX. Tanto los bienes de capital «duros» (computadores, teléfonos, videos, facsímiles, grabadoras, etc.), como los programas y sistemas de información y comunicación en general, han incrementado enormemente la productividad y eficiencia de las organizaciones. Tenemos como ejemplos los siguientes: bases de datos en redes de todo orden y topología, sistemas de reservaciones en aerolíneas, sistemas de contabilidad y nóminas, archivos

clínicos en centros de salud, sistemas de conmutación electrónica y un sinnúmero de otras aplicaciones a procesos administrativos.¹⁸

Administración tecnológica de las PYMES

El sistema administrativo moderno no está integrado por una sola persona que tenga conocimiento y poder absolutos; está formado por un equipo de especialistas capacitados que contribuyen con sus habilidades al buen desempeño de la organización. Normalmente son los "catalizadores" que ayudan a la organización a utilizar y adaptar los nuevos avances tecnológicos.

El impacto que ha tenido la tecnología en el área de la contabilidad, está fuera de toda duda. Las tecnologías de información operan como motor de cambio que permite dar respuestas a las nuevas necesidades de información.

En la actualidad, la tecnología de información ha creado movimientos importantes dentro de las empresas. Esto ha sido gracias a los avances que se tienen, a la implementación de nuevos sistemas y mejores tecnologías, así como también, al esfuerzo de las personas que se han dedicado a innovar nuevos productos y servicios dentro del área de información.

Ante los cambios e incertidumbre en el que vivimos, toda empresa debe de estar preparada para enfrentar éstos conforme se vayan presentando, e incluso, adelantándose a ellos, para no quedarse atrás y seguir siendo competitivos en la industria en la cual se desempeña.

Todas las personas que trabajan o han trabajado con los conceptos de mejora de procesos conocen las técnicas tradicionales relacionadas con este área: reingeniería, mejora continua, herramientas de calidad, gestión por procesos, etc.

La tecnología es inversión o gasto

Con la llegada de los sistemas computacionales se digitalizaron las enormes estanterías y documentos de las empresas tradicionales, eliminando los

¹⁸ GARCÍA MENÉNDEZ, Cristal: *El Impacto Que Ha Tenido La Tecnología De Información En Las Áreas De Contabilidad Y Fiscal*, <http://www.gestiopolis.com>, extraído, noviembre 2012.

problemas de espacio físico y facilitando tanto su ordenamiento como su utilización.

Y no sólo eso. Mejoraron todos aquellos servicios que se basaban en la administración y entrega de información, permitiendo además la creación de muchos otros.

Sin embargo, este cambio trajo varios problemas; además de la capacitación y la necesidad de crear sistemas de seguridad informática, los directivos esperaban que aquella inversión en TI se tradujera en resultados financieros de la empresa, lo que no siempre sucedía.

Quizá por falta de experiencia en el tema, los empresarios desconocían un punto esencial a la hora de plantearse la posibilidad de invertir en TI; y es que no se debe esperar que todas ellas muestren un rendimiento inmediato, ni siquiera cuantificable.

Los directivos que llevan más tiempo en el tema tienden a considerar una variedad de indicadores y factores cada vez que toman una decisión sobre inversiones en TI.

Uno de estos factores hace énfasis en las políticas de la información; éstas determinan qué tan exitosamente son aplicadas las TI en la compañía.

Las TI son una tendencia en pleno crecimiento, lo que entrega algunas pistas sobre la buena experiencia que han tenido los países pioneros en la materia.

De acuerdo con el último estudio de Gartner, la inversión en TI a nivel mundial alcanzará este año los 3.4 trillones de dólares, es decir, 5.3% más que en 2009.

Además de lo positivo de esta previsión, la consultora destaca que se trata de una tendencia que seguirá también a lo largo de 2011, año en el que prevén que la inversión en tecnología supere los 3.5 trillones de dólares, creciendo 4.2% respecto de 2010.

Gartner sostiene que este crecimiento seguirá al alza algo combinado también con la mejora en la economía mundial, lo que apunta hacia un 2010 con un crecimiento sólido del gasto en TI".

Para Eduardo Gutiérrez, los países "necesitan que la inversión en Tecnologías de la Información se incremente si quieren que eso se vuelva una ventaja".

La tecnología y su costo

Incorporar nueva tecnología para propósitos electorales puede incrementar los costos o disminuirlos, dependiendo del costo de la nueva tecnología en comparación con el del sistema al que reemplaza. La nueva tecnología también puede acarrear beneficios no monetarios, como mejoras en la prestación del servicio o en la transparencia. Es conveniente realizar una evaluación en términos de costo-efectividad y de los potenciales beneficios de la nueva tecnología antes de comprometerse con su introducción.

La tecnología puede parecer costosa en la etapa de implantación, pero puede ahorrar dinero en el largo plazo, especialmente cuando se encuentra una solución tecnológica de bajo costo para reemplazar a una aplicación costosa y de baja tecnología.

Las autoridades electorales necesitan ponderar los costos y ahorros asociados con la introducción de nueva tecnología. Al hacerlo, deben tener en mente no solo los costos iniciales relacionados con la adquisición de equipos y programas y la contratación de consultores para instalar el nuevo sistema, sino también los costos de administración y mantenimiento permanentes.

2.2 MARCO LEGAL

Tramites de Constitución de una Compañía

Mediante datos obtenidos de la Superintendencia de Compañía ¹⁹Según oficio N. SC. DIC. G. 120380012737 los pasos que debe realizar una compañía que desea constituirse legalmente son:

¹⁹ Superintendencia de Compañías: <http://www.supercias.gob.ec>, Ecuador, extraído Noviembre 2012

- a)** Carta dirigida a la Superintendencia de Compañías, solicitando la reserva del nombre de la empresa que se desea constituir.
- b)** Se apertura una Cuenta de Integración, solicitando la reserva del nombre de la compañía que se va a constituir, deberá cumplir lo establecido en la Ley de Compañías, toda compañía anónima deberá aportar el 25% de capital suscrito mínimo, que es de \$ 800 dólares y estará conformada por 2 o más accionistas; y, las compañías de responsabilidad limitada deberá aportar el 50% del capital mínimo, que es \$400 dólares y estará conformada por 2 hasta 15 socios.
- c)** Emitida la Cuenta de Integración, la aprobación de la reserva del nombre de la empresa, copia de cédulas y certificados de votaciones de los accionistas, se lleva toda la documentación antes descrita, a una Notaria, el cual elabora la Minuta y procede a elevarlo a Escritura Pública;
- d)** Mediante una Carta firmada por el Abogado, se ingresa mínimo tres escrituras para que un delegado de la Superintendencia de Compañías, realice el estudio y la aprobación del trámite,
- e)** Luego de aprobado el trámite se deberá cumplir con los requerimientos que se encuentren especificados en la Resolución aprobatoria del trámite;
- f)** El Extracto que nos entregan en la Superintendencia de Compañías, deberá ser enviado a uno de los periódicos de la Ciudad, para su respectiva publicación;
- g)** Se inscribe en el Registro Mercantil de la ciudad los nombramientos de los representantes legales de la compañía y;
- h)** Se procede a inscribir en el Registro Mercantil de la ciudad de los nombramientos de los representantes legales de la compañía, y,
- i)** Con todos estos documentos se solicita a la Superintendencia de Compañía, que permita la Hoja de Registro de Sociedades (documento que es obligatorio presentar al SRI para obtener el ruc);
- j)** Por ultimo para obtener el Registro Único de Contribuyente se lleva la siguiente documentación:
 - 1. Original y copia de la Escritura de Constitución o en su defecto copia Notariada;

2. Original y copia del Nombramiento del representante Legal de la Compañía, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
3. Copia de Cedula y certificados de Votación del Representante Legal, a color;
4. Formularios 01-A y 01-B debidamente llenos y firmados por el representante legal;
5. Original y copia de planilla de luz o teléfono, la cual deberá estar a nombre de uno de los accionistas, Gerente General o a nombre de la Compañía; de no tener estos documentos deberá adjuntar contrato de arrendamiento debe no tener RUC en el que conste la actividad de arrendamiento de bienes muebles.
6. De realizar el trámite una tercera persona, esta deberá adjuntar una carta de autorización por parte del Gerente General de la Compañía, así como también copia de cedula de identidad y certificado de votación a colores.
7. Patente Municipal;
8. Permiso del Cuerpo de Bomberos.

Todos estos requerimientos y pasos, son los exigidos por cada una de las Instituciones Públicas en las que efectuó los trámites respectivos.

LEY ORGANICA DE REGIMEN MUNICIPAL, CODIFICACIÓN

TITULO VI

DE LOS IMPUESTOS

Capítulo I

Disposiciones Generales²⁰

Art. 301.- Son fuentes de la obligación tributaria municipal:

- a) Las leyes que han creado o crearen tributos para la financiación de los servicios municipales, asignándoles su producto, total o parcialmente;

²⁰ LEY ORGANICA DE REGIMEN MUNICIPAL, codificación <http://www.daule.gob.ec/Portals/0/Transparencia/Ley Organica.pdf>, extraído, Noviembre 2012.

- b) Las leyes que facultan a las municipales para que puedan aplicar tributos de acuerdo con los niveles y procedimientos que en ellas se establecen; y,
- c) Las ordenanzas que dicten las municipalidades en uso de facultad conferida por la ley.

Art. 303.- Sin perjuicio de otros tributos que se hayan creado o que se crearen para la financiación municipal, se considerarán impuestos municipales los siguientes:

1. El impuesto sobre la propiedad urbana;
2. El impuesto sobre la propiedad rural;
3. El impuesto de alcabalas;
4. El impuesto sobre los vehículos;
5. El impuesto de matrículas y patentes;
6. El impuesto a los espectáculos públicos;
7. El impuesto a las utilidades en la compraventa de bienes inmuebles y plusvalía de los mismos; y,
8. El impuesto al juego.

Art. 304.- Las municipalidades reglamentarán por medio de ordenanzas el cobro de sus tributos²¹.

Art. 306.- Las municipalidades mantendrán, actualizados en forma permanente, los catastros de predios urbanos y rurales. Los bienes inmuebles constarán en el catastro con el valor de la propiedad actualizado.

Art. 307.- El valor de la propiedad se establecerá mediante la suma de valor del suelo y, de haberlas, el de las construcciones que se hayan edificado sobre él.

Este valor constituye el valor intrínseco, propio o natural del inmueble y servirá de base para la determinación de impuestos y para otros efectos no tributarios como los de exportación.

²¹ LEY ORGANICA DE REGIMEN MUNICIPAL, codificación <http://www.daule.gob.ec/Portals/0/Transparencia/Ley Organica.pdf>, extraído, Noviembre 2012.

Para establecer el valor de la propiedad se considerará, en forma obligatoria, los siguientes elementos:

- a) El valor del suelo, que es el precio unitario de suelo, urbano o rural, determinado por un proceso de comparación con precios de venta de parcelas o solares de condiciones similares u homogéneas del mismo sector, multiplicado por la parcela o solar;
- b) El valor de los edificados, que es el precio de las construcciones que se hayan desarrollado con carácter permanente sobre un solar, calculado sobre el método de reposición; y,
- c) El valor de reposición, que se determina aplicando un proceso que permite la simulación de construcción de la obra que va a ser evaluada, a costos actualizados de construcción, depreciada de forma proporcional al tiempo de vida útil.
- d) Las municipalidades mediante ordenanza establecerán los parámetros específicos que se requieran para aplicar los elementos indicados en el inciso anterior, considerando las particularidades de cada localidad.

Art. 308.- Las municipalidades realizarán, en forma, obligatoria actualizaciones generales de catastros y de la valoración de la propiedad urbana y rural cada bienio.

A este efecto, la dirección financiera notificará por la prensa o por una boleta a los propietario, haciéndoles conocer la realización del avalúo. Concluido el proceso se notificará al propietario el valor del avalúo²².

En caso de encontrarse en desacuerdo con la valoración de su propiedad, el contribuyente podrá impugnarla dentro del término del quince días a partir de la fecha de notificación, ante el órgano correspondiente, mismo que deberá pronunciarse en un término de treinta días. Para tramitar la impugnación, no se requerirá del contribuyente el pago previo del nuevo valor del tributo.

Art. 309.- Una vez realizada la actualización de los avalúos, será revisado el monto de los impuestos prediales urbano y rural que regirán para el bienio; la

²² LEY ORGANICA DE REGIMEN MUNICIPAL, codificación
<http://www.daule.gob.ec/Portals/0/Transparencia/Ley Organica.pdf>, extraído, Noviembre 2012.

revisión la hará el concejo, observando los principios básicos de igualdad, proporcionalidad y generalidad que sustentan el sistema tributario nacional.

Art. 310.- Con la finalidad de estimular el desarrollo del turismo, la construcción, la industria, el comercio u otras actividades productivas, culturales, educativas, deportivas y de beneficencia, los concejos cantonales podrán, mediante ordenanza, disminuir hasta en un noventa y cinco por ciento los valores que corresponda cancelar a los diferentes sujetos pasivos de los tributos establecidos en la presente Ley.

Los estímulos establecidos en el presente artículo tendrán el carácter de general, es decir, serán aplicados en favor de todas las personas naturales o jurídicas que realicen nuevas inversiones en las actividades antes descritas, cuyo desarrollo se aspira estimular; beneficio que tendrá un plazo máximo de duración de diez años improrrogables, el mismo que será determinado en la respectiva ordenanza.²³

En caso de revocatoria, caducidad, derogatoria o, en general, cualquier forma de ceder de la vigencia de las ordenanzas que se dicten en ejercicio de la facultad conferida por el presente artículo, los nuevos valores o alícuotas a regir no podrán exceder de las cuantías o porcentajes establecidos en la presente Ley.

Art. 311.- Las entidades del sistema financiero nacional recibirán, como garantía hipotecaria, el inmueble urbano o rural, con su valor real, el cual no será inferior al valor de la propiedad registrado en el catastro por la respectiva municipalidad.

Capítulo II

Del impuesto a los Predios Urbanos

Art. 312.- Las propiedades ubicadas dentro de los límites de las zonas urbanas pagarán un impuesto anual, cuyo sujeto activo es la municipalidad respectiva, en la forma establecida por la ley.

²³ LEY ORGANICA DE REGIMEN MUNICIPAL, codificación
[http://www.daule.gob.ec/Portals/0/Transparencia/Ley Organica.pdf](http://www.daule.gob.ec/Portals/0/Transparencia/Ley%20Organica.pdf), extraído, Noviembre 2012.

Los límites de las zonas urbanas, a los efectos de este impuesto, serán determinados por el concejo, previo informe de una comisión especial que aquél designará, de la que formará parte un representante del centro agrícola cantonal respectivo.

Cuando un predio resulte cortado por la línea divisora de los sectores urbano y rural, se considerará incluido, a los efectos tributarios, en el sector donde quedará más de la mitad del valor de la propiedad.

Para la demarcación de los sectores urbanos se tendrá en cuenta, preferentemente, el radio de servicios municipales como los de agua potable, aseo de calles y otros de naturaleza semejante; y, el de luz eléctrica.

Art. 313.- Los predios urbanos serán valorados mediante la aplicación de los elementos de valor del suelo, valor de las edificaciones y valor de reposición previstos en esta ley; con este propósito, el concejo aprobará mediante ordenanza, el plano del valor de la tierra, los factores de aumento o reducción del valor del terreno por los aspectos geométricos, topográficos, accesibilidad a determinados servicios, como agua potable, alcantarillado y otros servicios, así como los factores para la valoración de las edificaciones.

Capítulo VII

Impuesto de Patentes Municipales

Art. 363.- Establecerse el impuesto de patentes municipales que se aplicará de conformidad con lo que se determina en los artículos siguientes.

Art. 364.- Están obligados a obtener la patente y, por ende, el pago del impuesto de que trata el artículo anterior, todos los comerciantes e industriales que operen en cada cantón, así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

Art. 365.- Para ejercer una actividad económica de carácter comercial o industrial se deberá obtener una patente, anual, previa inscripción en el registro que mantendrá para estos efectos, cada municipalidad. Dicha patente se deberá obtener dentro de los treinta días siguientes al día final del mes en el

que se inician esas actividades, o de los treinta días siguientes al día final del mes en que termina el año.

El concejo mediante ordenanza, establecerá la tarifa del impuesto anual en función del capital con el que operen los sujetos pasivos de este impuesto dentro del cantón.

La tarifa mínima será de diez dólares de los Estados Unidos de América y la máxima de cinco mil dólares de los Estados Unidos de América.

Art. 366.- Cuando un negocio demuestre haber sufrido pérdidas conforme a declaración aceptada en el Servicio de Rentas Internas, o por fiscalización efectuada por la predicha entidad o por la municipalidad, del impuesto se reducirá a la mitad. La reducción será hasta de la tercera parte, si se demostrare un descenso en la utilidad de más del cincuenta por ciento en relación con el promedio obtenido en los tres años inmediatos anteriores.

TITULO VII

DE LAS TASAS MUNICIPALES

Capítulo i

Enunciados Generales

Art. 380.- Podrán cobrarse tasas sobre los siguientes servicios:

- a) Aferición de pesas y medidas;
- b) Aprobación de planos e inspección de construcciones;
- c) Rastro;
- d) Agua potable;
- e) Matrículas y pensiones escolares;
- f) Recolección de basura y aseo público;
- g) Control de alimentos;
- h) Habilitación y control de establecimientos comerciales e industriales;
- i) Servicios administrativos;
- j) Alcantarillado y canalización;
- k) Otros servicios de naturaleza semejante a los mencionados.

Trámites para obtener Patente Municipal Anual (primera vez) Personas Jurídicas o Sociedades de Hechos.

En la municipalidad del cantón donde se ubicará su empresa tendrá que realizar el respectivo trámite para obtener la licencia de funcionamiento.

Los requisitos para obtener la Patente Municipal son:

- Balance Inicial
- Solicitud de Patente
- Copia de Cedula de Ciudadanía y Certificado de Votación del Representante Legal de la Empresa
- Copia del Registro Único de Contribuyentes
- Copia del Acta o Resolución de Constitución de la Compañía
- Certificado de Uso de Suelo

Los requisitos que se deben entregar en el DUAC para adquirir el certificado de uso de suelo son:

- Tasa Administrativa
- Certificado de no adeudar en el Municipio
- Copia de Cedula y Certificado de Votación
- Copia del Certificado del Cuerpo de Bomberos actualizada

Una vez entregada la respectiva documentación para el certificado de uso de suelo se debe esperar 24 horas para coordinar la correcta inspección y que nos otorguen el documento.

Permisos de Cuerpo de Bomberos

Es un documento que otorga el Cuerpo de Bomberos para asegurarse que tenga los medios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente, los requisitos para conceder este documento son:

- Solicitar la inspección del establecimiento comercial.
- Copia de Certificado de funcionamiento.
- Original y Copia de cedula del propietario o Representante Legal.
- Copia del RUC.

- Realizada la inspección cumplir con las recomendaciones dadas por los señores inspectores y agregar los siguientes requisitos.
- Presentar informe de inspección
- Original y copia de factores de compra o recarga de extintores y otros.

Afiliación a la Cámara de Comercio

Emitido por la Cámara de Comercio donde se va a realizar las actividades comerciales es decir en la ciudad de Milagro.

Requisitos:

- Copia del registro único de contribuyentes (RUC)
- Copia del nombramiento del representante legal
- Cédula y certificado de votación del representante legal.
- Planilla de luz
- Pago de suscripción en relación al Capital social
- Pago trimestral de las cuotas de aportación o contribución

Certificado de Salud

Es un documento otorgado por una institución regida por el Ministerio de Salud Pública en el cual le realizan exámenes médicos para comprobar la salud de sus empleados.

CÓDIGO TRIBUTARIO²⁴

Título II De la Obligación Tributaria

Capítulo I

Disposiciones Generales

Art. 15.- Concepto.- Obligación tributaria es el vínculo jurídico personal, existente entre el Estado o las entidades acreedoras de tributos y los contribuyentes o responsables de aquellos, en virtud del cual debe satisfacerse

²⁴ CODIGO TRIBUTARIO ECUADOR, Obligaciones tributarias, disposiciones generales, extraído, noviembre 2012.

una prestación en dinero, especies o servicios en dinero, al verificarse el hecho generador previsto por la Ley.

Art. 16.- Hecho Generador.- Se entiende por hecho generador al presupuesto establecido por la ley para configurar cada tributo.

Art. 18.- Nacimiento.- La obligación tributaria nace cuando se realiza el presupuesto establecido por la ley para configurar el tributo.

Capítulo IV

De los Sujetos

Art. 24.- Sujeto Pasivo.- Es sujeto pasivo la persona natural o jurídica que, según la ley está obligada al cumplimiento de la prestación tributaria, sea como contribuyente o como responsable.

Se consideraran también sujetos pasivos, las herencias yacentes, las comunidades de bienes y las demás entidades que, carentes de responsabilidad jurídica, constituyan una unidad económica o un patrimonio independiente de los de sus miembros, susceptible de imposición, siempre que así se establezca en la ley tributaria respectiva.

Art. 25.- Contribuyente.- Contribuyente es la persona natural o jurídica a quién la ley impone la prestación tributaria por la verificación de hecho generador. Nunca perderá su condición de contribuyente quien, según la ley, deba soportar la carga tributaria, aunque realice su traslación a otras personas.

Art. 26.- Responsable.- Responsable es la persona que sin tener el carácter de contribuyente debe, por disposición expresa de la ley, cumplir las obligaciones atribuidas a este²⁵.

Toda obligación tributaria es solidaria entre el contribuyente y el responsable quedando a salvo el derecho de este de repetir lo pagado en contra del contribuyente, ante la justicia y en juicio verbal sumario.

²⁵ CODIGO TRIBUTARIO ECUADOR, Obligaciones tributarias, disposiciones generales, extraído, noviembre 2012.

Art. 27.- Responsable por representación.- Para los efectos tributarios son responsables por presentación:

Los representantes legales de los menores no mencionados y los tutores o curadores no emancipados y los tutores o curadores son administración de bienes de los demás incapaces; los directores, presidente, gerentes o representantes de las personas jurídicas y demás entes colectivos son personalidad legalmente reconocidas; los que dirijan, administren o tengan la disponibilidad de los bienes de entes colectivos que carecen de personalidad jurídicas; los mandatarios, agentes oficios o gestores voluntarios respecto de los bienes que administren o dispongan; y, los síndicos de quiebra o de concursos de acreedores, los representantes o liquidadores de sociedades de hecho o derecho en liquidación, los depositarios judiciales y los administradores de bienes ajenos, designados judicial o convencionalmente²⁶.

La responsabilidad establecida en este artículo se limita al valor de los bienes administrados y al de las rentas que se hayan producidas durante su gestión.

Trámites en el SRI

Para otorgar el RUC a personas jurídicas debe presentar los siguientes requisitos para la inscripción:

- ✓ Original del Formulario 01-A (resolución 00279) Suscrito por el representante legal.
Presentar el original y entregar copia de la escritura pública de la constitución de la compañía con su respectiva inscripción en el registro mercantil.
- ✓ Original y copia de la resolución de aplicación de los estatutos de la personería jurídica.
Presentar original y entregar copia de nombramiento del representante legal inscrito en el registro mercantil y en el ministerio pertinente entidad que aprobó el estatus.

²⁶ CODIGO TRIBUTARIO ECUADOR, Obligaciones tributarias, disposiciones generales, extraído, noviembre 2012.

- ✓ Original del Registro de Sociedades (datos generales, accionistas y acto jurídico)
- ✓ Original y copia a color de cedula vigente legible o copia a color del pasaporte (extranjero) con tipo de visa vigente, presentar el original del certificado de votación (último proceso electoral) del representante legal.
- ✓ Original y copia de planilla de cualquier servicio básico, estado de cuenta (último trimestre) o el contrato de arrendamiento vigente, estos documentos deben estar a nombre de la compañía o representante legal.
- ✓ Si el contribuyente no tuviese de los documentos anteriores a nombre de él, se presentara como última instancia una carta de cesión gratuita del uso del bien inmueble (modelo de carta solicitarlo en counter), adjuntando copia de cedula cedente y la planilla de cualquiera de los servicios básicos a nombre del cedente correspondiente a los tres últimos meses anteriores a la fecha de realización del trámite.
- ✓ **Patente Municipal.-** Vigente a nombre de la compañía (si no se presenta la Patente Municipal, en la ventanilla firmara un oficio conminatorio).

Todo cambio que se realice al momento de efectuar la actualización del Registro Único de Contribuyente debe estar sustentada con la documentación soporte en originales y copias.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Asesoría: Tomar consejo una persona de otra.

Capacitación: Facultar o comisionar a una persona para hacer algo.

Capital: Valor permanente de lo que ocasiona rentas, intereses o frutos.

Causa-efecto: es una forma de organizar y representar las diferentes teorías propuestas sobre las causas de un problema, se utiliza en las fases de diagnóstico y solución de la causa.

Comandita: Sociedad en la que hay dos clases de socios: unos con derechos y obligaciones y otros que tienen limitados o cierta cuantía su interés y su responsabilidad en los negocios comunes.

Competitividad: capacidad de generar la mayor satisfacción y calidad a los consumidores ya sea en producto o servicio.

Contexto: Es el entorno físico o de situación a partir del cual se considera un hecho o conjunto de circunstancias en que se encuentran el emisor y el receptor durante el proceso de comunicación y que permiten, en ocasiones, entender correctamente el mensaje.

Convalidación: dar validez o confirmar esta puede ser fiscal o académico.

Convenios: Acuerdo entre dos o más grupos sociales o instituciones por el que ambas partes aceptan una serie de condiciones y derechos.

Crédito: Derecho que uno tiene a recibir de otro alguna cosa, por lo común dinero.

Diagnóstico: razonamiento dirigido a la determinación de la naturaleza y origen de un fenómeno. Proceso que se realiza en un objeto determinado, generalmente para solucionar un problema.

Disolución: es disolver esto se refiere a separar lo que estaba unido de algún modo.

Economía: Es una ciencia social que estudia los procesos de producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios.

Emporio: Lugar donde se ejerce el comercio a gran escala.

Enseñar: Dar advertencia ejemplo o escarmiento.

Escala: Sucesión ordenada de cosas distintas, pero de la misma especie.

Esenciales: Relativo a la esencia (características permanentes): la inteligencia es una característica esencial del ser humano.

Estrategia: conjunto de principios y rutas fundamentales que orientaran el proceso administrativo para alcanzar los objetivos a los que se desea llegar.

Filosofías: Conjunto de concepciones sobre los principios y las causas del ser de las cosas del universo y del hombre.

Formulación: Conjunto de normas que sirven para escribir correctamente las formulas químicas.

Gestión: hace referencia a la acción y al efecto de gestionar o de administrar.

Gestión de riesgo: es un enfoque estructurado para manejar la incertidumbre relativa a una amenaza, a través de una secuencia de actividades humanas que incluyen evaluación de riesgo, estrategias de desarrollo para manejarlo y mitigación del riesgo utilizando recursos gerenciales.

Globalización: Consiste en la creciente integración de las distintas economías nacionales en un único mercado capitalista mundial.

Infraestructura: Acumulado de servicios primordiales para el funcionamiento de una economía.

Insumos: Cada uno de los factores que intervienen en la producción de bienes o servicios.

Inversión: Empleo de capital en la producción general de bienes o en el aumento de la reserva de bienes productivos.

Lícita: es algo injusto de no buena procedencia por tal motivo no es permitido por la ley.

Mercado: Es el lugar o sitio donde se realiza cualquier conjunto de transacciones, acuerdos o intercambios de bienes y servicios entre compradores y vendedores.

Negocio: Cualquier ocupación empleo o trabajo.

Optimización: Buscar la mejor manera de realizar una actividad

Parámetros: El término parámetro puede hacer referencia a: Elemento, dato o sistema de referencia cuyo conocimiento es necesario para comprender un problema.

Posicionamiento: Estado que en el juicio determinan para el demandante como para el demandado las acciones y la excepciones o defensas utilizadas respectivamente.

Planificación: Es el proceso de establecer metas y elegir medios para alcanzar dichas propuestas.

Reactivación: Es un proceso tendiente a imprimir un mayor dinamismo a las actividades mediante un conjunto de medidas.

Recalcar: Decir algo con lentitud y fuerza para que se pueda comprender de una manera más adecuada y fácil.

Recursos: Elementos de que una colectividad puede echar mano para acudir a una necesidad o llevar a cabo una empresa.

Responsabilidad limitada: Limitada al capital aportado, y por lo tanto, en el caso de que se contraigan deudas, no se responde con el patrimonio personal de los socios.

Revolución: es un cambio o transformación radical respecto al pasado inmediato, que se puede producir simultáneamente en distintos ámbitos ya sea económico, social o cultural.

Sesgo: Medio término que se toma en los negocios dudosos.

Sociedad: Es un conjunto de individuos que comparten fines, conductas y cultura, y que se relacionan interactuando entre sí, cooperativamente, para formar un grupo o una comunidad.

Status Quo: Que se traduce como «estado del momento actual», que hace referencia al estado global de un asunto en un momento dado.

Tecnología: La tecnología es un conocimiento amplio que incluye un conjunto de técnicas, conocimientos y métodos, que sirven para el diseño y construcción de objetos para satisfacer necesidades humanas.

Tecnologías de la información (TIC): Las tecnologías de la información (TIC para nuevas tecnologías de la información y de la comunicación) agrupan los elementos y las técnicas usadas en el tratamiento y la transmisión de las

informaciones, principalmente de informática, internet y telecomunicaciones. Por extensión, designan el sector de actividad económica.

Tradicción: Doctrina o costumbre.

Trascendentales: Se aplica al hecho que tiene consecuencias muy importantes, más de las que cabría esperar. Trascendente.

Vaivén: Movimiento alternativo de un cuerpo que después de recorrer una línea vuelve a describirla, caminando en sentido contrario.

Variables: Es un símbolo que representa un elemento o cosa no especificada de un conjunto dado, una variable es un elemento de una formula, proposición o algoritmo.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

La pérdida de oportunidades de mejora en los niveles de competitividad de las PYMES, de la Ciudad de Milagro se debe al escaso manejo tecnológico de sus Administradores.

2.4.2 Hipótesis Particulares

- El que los dueños de las PYMES consideren que requieren mayor inversión de capital para aplicar tecnología administrativa genera una administración tradicional del negocio.
- El desconocimiento de la tecnología por parte de los dueños de las PYMES afecta en la no aplicación de la misma en la administración.
- El permanecer en un status quo administrativo es el resultado del miedo a incursionar en actividades administrativas que empleen tecnología.
- La escasa visión de desarrollo y progreso de los dueños de las PYMES afecta en el hecho de que no exista mejora empresarial en sus negocios.

2.4.3 Declaración de las Variables

Cuadro 1. Declaración de variables

HIPOTESIS	VARIABLES	
Hipótesis General		
La pérdida de oportunidades de mejora en los niveles de competitividad de las PYMES, de la Ciudad de Milagro, se debe al escaso manejo tecnológico de sus dueños.	Independiente	Mejora en los niveles de competitividad
	Dependiente	Manejo tecnológico
Hipótesis Particular 1		
El que los dueños de las PYMES consideren que requieren mayor inversión de capital para aplicar tecnología administrativa genera una administración tradicional del negocio.	Independiente	Mayor inversión de capital para aplicar tecnología administrativa
	Dependiente	Administración tradicional
Hipótesis Particular 2		
El desconocimiento de la tecnología por parte de los dueños de las PYMES afecta en la no aplicación de la misma en la administración.	Independiente	El desconocimiento de la tecnología
	Dependiente	Aplicación de la misma en la administración.
Hipótesis Particular 3		
El permanecer en un status quo administrativo es el resultado del miedo a incursionar en actividades administrativas que empleen tecnología.	Independiente	El permanecer en un status quo administrativo
	Dependiente	Actividades administrativas que empleen tecnología
Hipótesis Particular 4		
La escasa visión de desarrollo y progreso de los dueños de las PYMES afecta en el hecho de que no exista mejora empresarial en sus negocios.	Independiente	La escasa visión de desarrollo y progreso de los dueños
	Dependiente	Mejora empresarial en sus negocios

Fuente: Metodología del Proyecto

Elaborado por: Katherine Coloma – Sandy Garzón

2.4.4 Operacionalización de las Variables

Cuadro 2. Operacionalización de las Variables

VARIABLES	DEFINICIÓN	INDICADOR	INSTRUMENTO
VIG: Mejora en los niveles de competitividad	La capacidad de un sector para aumentar, en condiciones de libre competencia, su Participación en los mercados interior y exterior.	-El Número De Desempleados. -Rendimiento Físico e intelectual.	-Encuesta -Cuestionario
VDG: Manejo tecnológico	El grado de madurez en tecnologías de la información que tengan las empresas, de su tamaño y su capacidad financiera para invertir en este rubro.	-Programa de incentivos por cumplimiento de metas.	-Encuesta
VIP1: Inversión de capital para tecnología administrativa	Los recursos tecnológicos contribuyen a la competitividad y también ofrecen muchas ventajas, pero no lo son todo.	-Generar suficientes beneficios para recuperar lo invertido y la tasa deseada por el inversionista.	-Encuesta
VDP1: Administración tradicional	Se trata especialmente de examinar, registrar, ordenar, conservar. Nadie hablaba de la necesidad del "cambio".	-crecimiento de esfuerzos realizados para el incremento de la consolidación de las capacidades.	-Encuesta
VIP2: Desconocimiento de la tecnología	La falta de conocimiento sobre la aplicación de la tecnología al negocio puede dificultar el crecimiento empresarial	-Mejoramiento del nivel de vida educación de los empleados.	-Encuesta
VDP2: Administración	Es un proceso que con anticipación lo que se quiere lograr y el cómo se lo va a lograr, para luego, utilizar los recursos disponibles y ejecutar las actividades planificadas.	-Romper el esquema tradicional volviéndose novedoso y competitivo.	-Encuesta
VIP3: Permanecer en estatus quo administrativo	En otras ocasiones, se habla del «statu quo» en el sentido de una situación profundamente estancada, cuya enorme inercia hace muy difícil cambiarla	-Se ha convertido en fuente de progreso Económico y de Productividad, ya que los modos de incrementar la producción.	-Encuesta
VDP3: Actividades administrativas que empleen tecnología	Actividades de las cuales se puede aprovechar para que se logre una eficiencia excelente de los recursos, publicidad, competencia, innovación, información del mundo actual, etc.	-Habilidad, recursos, conocimientos y atributos, de los que Dispone dicha empresa.	-Encuesta
VIP4: Visión de desarrollo y progreso	Pretenden identificar las condiciones socioeconómicas y las estructuras económicas necesarias para hallar una senda	-Estudio de la Problemática planteada, Disponibilidad y conciencia de trabajo	-Encuesta

	de desarrollo humano y crecimiento económico sostenido (productivo o no).	Estratégico	
VDP4: Mejora empresarial	Una empresa se encuentra constituida por sus instalaciones, empleados, productos, servicios, tecnología, conocimientos.	-Estudio, investigación y Desarrollo con énfasis en la innovación y diseño para la mejora empresarial.	-Encuesta

Fuente: Metodología del Proyecto

Elaborado por: Katherine Coloma – Sandy Garzón

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación tiene como base teórica la Metodología de Investigación de campo, debido a que se realizara en el lugar donde se presenta el problema, estableciendo una interacción entre los objetivos del estudio y la realidad. Esta metodología, hace referencia en su más amplio sentido a la investigación que produce datos descriptivos que buscan conocer las situaciones y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, procesos y personas que serán sometidos a análisis como sujetos de investigación.

También se consideró que la investigación es una investigación correlacionar o explicativa porque el objetivo primordial es facilitar una mayor comprensión del problema que enfrenta el investigador y determinar la relación entre causa y el efecto que dan origen a cada una de nuestras variables, las mismas que tuvieron que ser probadas y correlacionadas entre sí, para establecer la solución a la problemática basándose en los objetivos planteados.

Por lo tanto, se emprendió una investigación correlacionar que permitiese establecer una investigación cual cuantitativa entre variables independientes y dependientes para concluir sobre los aspectos relevantes que generen mayor aporte científico a la investigación y den paso a la propuesta. También es bibliográfica, ya que permitió obtener datos de diversas fuentes tales como libros, revistas, artículos de periódico, fuentes electrónicas, para fundamentar y desarrollar la investigación.

Este tipo de investigación se utiliza al momento de buscar información sobre el proyecto, dicha información formó parte del marco teórico.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la Población

En la presente investigación las características finales de la población es de 140.000 habitantes de la Ciudad de Milagro, con un número aproximado de 2.066²⁷ Pymes en la Ciudad de Milagro, este sector cuenta con empresas según datos obtenidos por el Departamento de Investigación de la Universidad Estatal de Milagro, Ciencias Administrativas y Comerciales, luego de la realización del proyecto que corresponde desde el mes de Julio hasta Diciembre del 2012.

3.2.2 Delimitación de la Población

Tomando en cuenta la formulación del problema se delimitó al emporio como finito, el cual corresponde a la totalidad de 2.066 empresas entre Pymes y Micro pymes, por lo expuesto se accedió a tomar una muestra representativa de ésta población.

3.2.3 Tipo de Muestra

El tipo de muestra que se utilizó es probabilística porque son aquellas que el investigador selecciona y donde todos los individuos u objetos tienen la misma posibilidad de ser elegidos, de tipo estratificada, lo cual nos permite analizar los datos de la población detallada y ordenadamente según las necesidades de la investigación.

²⁷ ECO. FERNANDEZ Mario. Director de Proyecto. “ *Diagnosticar Desarrollo Productivo y Socioeconómico y Análisis de Factibilidad para Interacción Institucional de Fortalecimiento*”

3.2.4 Tamaño de la Muestra

Para el presente estudio, se consideró la siguiente fórmula que corresponde a una población finita ya que nuestra población estima de 2066 empresas entre Pymes y Micro pymes tanto de la actividad comercial que corresponden a los diferentes sectores del Cantón Milagro.

N= tamaño de la población

p= posibilidad que ocurra el 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

$$n = \frac{N p q}{\frac{(N - 1) E^2}{Z^2} + p q}$$
$$n = \frac{(2066)(0.5)(0.5)}{\frac{(2066 - 1) (0.05)^2}{(1.96)^2} + (0.5)(0.5)}$$
$$n = \frac{(516.50)}{\frac{(2065) (0.0025)^2}{3.84} + (0.5)(0.5)}$$
$$n = \frac{516.50}{1.59}$$
$$n = 324.8$$

Finalmente concluimos que el tamaño de la muestra es de 325 Dueños o Administradores de las Diferentes PYMES existentes de la Ciudad de Milagro.

3.2.5 Proceso de Selección

La muestra utilizada fue probabilística, ya que esta tiene muchas ventajas, quizá la principal sea que puede medirse el tamaño del error en las predicciones.

Las muestras probabilísticas son esenciales en los diseños de investigación tanto descriptivos como correlacionales -causales, donde se pretende hacer estimaciones de variables en la población.

Las unidades de análisis o los elementos muestrales se eligen siempre aleatoriamente para asegurarse de que cada elemento tenga la misma probabilidad de ser elegido.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

Los métodos e instrumentos que se aplicaron en el estudio de la problemática planteada son los siguientes:

3.3.1 Métodos Teóricos

En la presente investigación utilizamos los siguientes métodos:

Método Inductivo Deductivo, ya que utilizamos el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método nos permite la formulación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones a partir de una muestra representativa, que nos permite hacer generalizaciones.

En el proyecto se aplicó este método al momento de inducir en las causas y deducir los efectos de los problemas que surgieron del tema de investigación.

Método Hipotético Deductivo, porque se obliga a combinar la reflexión racional o momento racional (la formación de hipótesis y la deducción) con la observación de la realidad o momento empírico (la observación y la verificación). Mediante este método se plantearon hipótesis que se puede analizar deductiva o inductivamente para luego verificarlas.

Método Analítico Sintético, se lo utilizó al momento de desarrollar los objetivos del proyecto, ya que allí analizamos la relación entre las variables para así poder determinar el objetivo general y los objetivos específicos, esta determinación refleja la utilización de la síntesis.

3.3.2 Métodos Empíricos

Se tomó a la encuesta como método que permitió obtener información más precisa al acudir en forma directa a los informantes calificados que en este caso son los dueños de las PYMES de la Ciudad de Milagro.

3.3.3 Técnicas e Instrumentos

Comenzando por el estudio del mercado como también el observar las falencias que poseen las microempresas que se dedican a brindar servicios o producir productos para la demanda que existe. Las personas por lo general buscan establecimientos que generen mejor atención y que satisfaga sus necesidades acudiendo a sectores céntricos de la ciudad en base a ello se decidió tomar como técnica e instrumento la Encuesta con su respectivo instrumento que es el cuestionario, el mismo que estuvo estructurado por 10 preguntas basadas en una Escala de Likert que permitió obtener resultados más manejables y fáciles de interpretar con menor nivel de sesgo que en preguntas cerradas y abiertas.

3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

El proceso estadístico de la información se lo realizará a través de encuestas las cuales carece de preguntas abiertas y cerradas para dar un sistema de información específica para la cual se utiliza la herramienta informática Excel en donde los datos obtenidos de la encuesta serán respectivamente tabulados y procesados para en lo posterior dar los resultados por medio de gráficos, circular, con su respectivo análisis e interpretación.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Para realizar el análisis actual a continuación se presentan las respectivas tablas y gráficos del proceso de encuesta.

Resultados de la Encuesta Aplicada a los Microempresarios de las PYMES Milagreñas.

Pregunta: # 1

¿Todo negocio requiere de tecnología (computadoras) para desempeñarse con la competitividad?

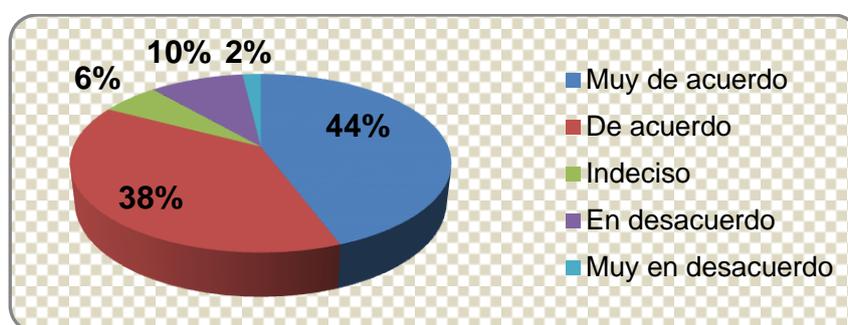
Cuadro 3. Desempeño con la Competitividad a base de tecnología

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	PROCENTAJES
Muy de acuerdo	144	44%
De acuerdo	125	38%
Indeciso	19	6%
En desacuerdo	31	10%
Muy en desacuerdo	6	2%
TOTAL	325	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Katherine Coloma – Sandy Garzón

Gráfico 1. Desempeño con la Competitividad a base de tecnología



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Katherine Coloma – Sandy Garzón

Análisis:

De cada 100 encuestados 44% esta con la opción de muy de acuerdo la existencia de la tecnología para ser competitivos.

Los que nos deja ver que en su mayoría de los encuestados entienden lo fundamental que significa la tecnología para sus negocios.

Pregunta: # 2

¿La mayoría de PYMES están administradas por personas que escusa mente manejan la tecnología?

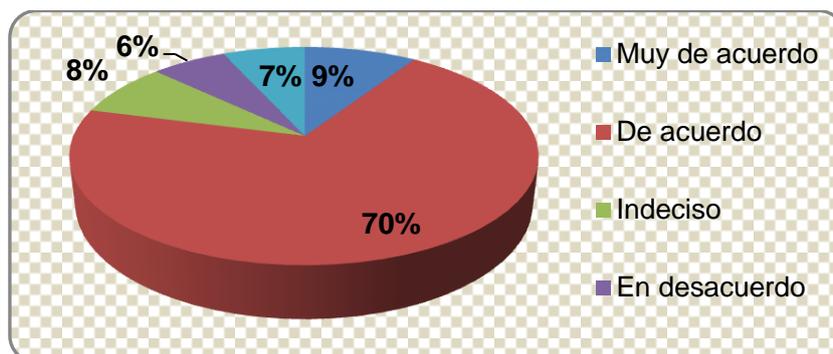
Cuadro 4. Administradores que manejan tecnología.

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	PROCENTAJES
Muy de acuerdo	30	9%
De acuerdo	227	70%
Indeciso	26	8%
En desacuerdo	20	6%
Muy en desacuerdo	2	7%
TOTAL	325	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Katherine Coloma – Sandy Garzón

Gráfico 2. Administradores que manejan la tecnología.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Katherine Coloma – Sandy Garzón

Análisis:

Realizada la encuesta a los diferentes microempresarios de las diferentes PYMES de la ciudad de Milagro podemos darnos cuenta que el 70% de los microempresarios están totalmente de acuerdo en que los negocios son administradas por personas que implementan tecnología en sus negocios mientras que el 6% está en total desacuerdo con esta disposición.

Pregunta: # 3

¿La tecnología es una herramienta que permite mejorar la competitividad de las PYMES; por lo tanto al no saber utilizarla se perderán oportunidades de desarrollo y crecimiento empresarial?

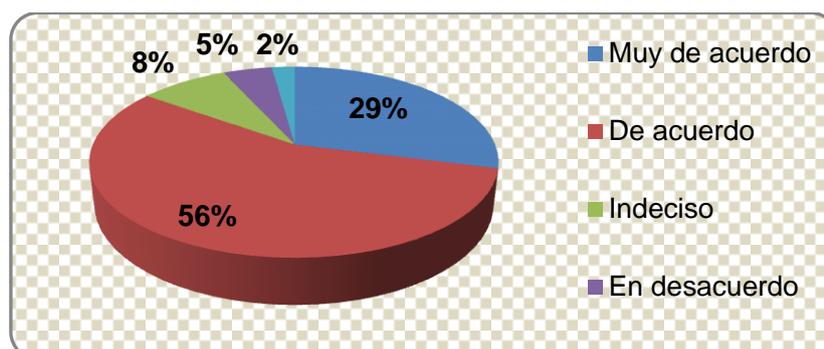
Cuadro 5. Al no aplicar tecnología se perderían oportunidades de desarrollo

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	PROCENTAJES
Muy de acuerdo	94	29%
De acuerdo	182	56%
Indeciso	27	8%
En desacuerdo	15	5%
Muy en desacuerdo	7	2%
TOTAL	325	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Katherine Coloma – Sandy Garzón

Gráfico 3. Al no aplicar tecnología se perderían oportunidades de desarrollo



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Katherine Coloma – Sandy Garzón

Análisis:

Por los resultados ya obtenidos en base a nuestra pregunta a los microempresarios de las diferentes áreas de comercio u servicio de las PYMES está totalmente confirmado que un 56% está de acuerdo en que la tecnología permite mejorar la competitividad y que al no implementarla se perderían oportunidades de desarrollo y crecimiento.

Por lo que podemos expulsar que nuestros microempresarios están conscientes de que la tecnología en estos tiempos ayudan mucho en sus negocios.

Pregunta: # 4

¿La administración de la mayoría de las PYMES milagreñas es tradicional?

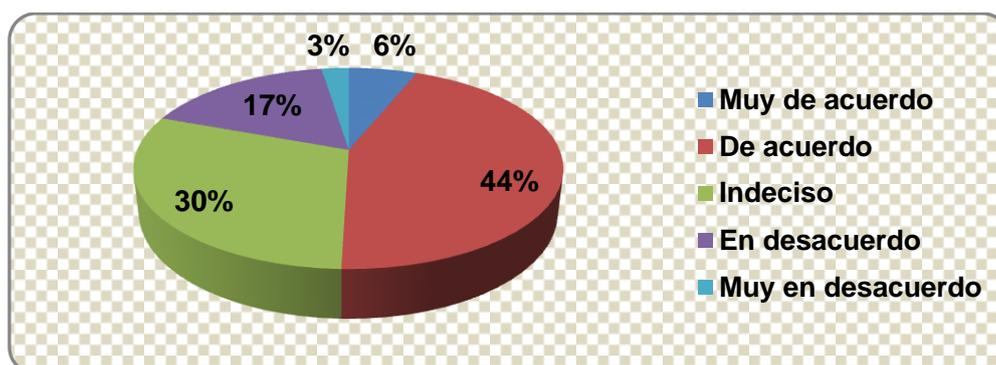
Cuadro 6. Administración tradicional

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	PROCENTAJES
Muy de acuerdo	20	6%
De acuerdo	144	44%
Indeciso	98	30%
En desacuerdo	55	17%
Muy en desacuerdo	8	3%
TOTAL	325	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Katherine Coloma – Sandy Garzón

Gráfico 4. Administración tradicional



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Katherine Coloma – Sandy Garzón

Análisis:

En base a este resultado nos podemos percatar que un 44% está de acuerdo en que las PYMES están siendo administradas de la manera tradicional llevando consigo administración de tradición en tradición hay que recalcar que muchas de ellas son tipos familiares las cuales se ven estos casos.

También que un 30% está indeciso en este tema por lo que se ve la falta de información en cuanto a las facilidades que brinda la tecnología.

Pregunta: # 5

¿Gran cantidad de PYMES de nuestra ciudad no aplican la tecnología administrativa porque sus dueños consideran que estos representan una gran inversión de capital?

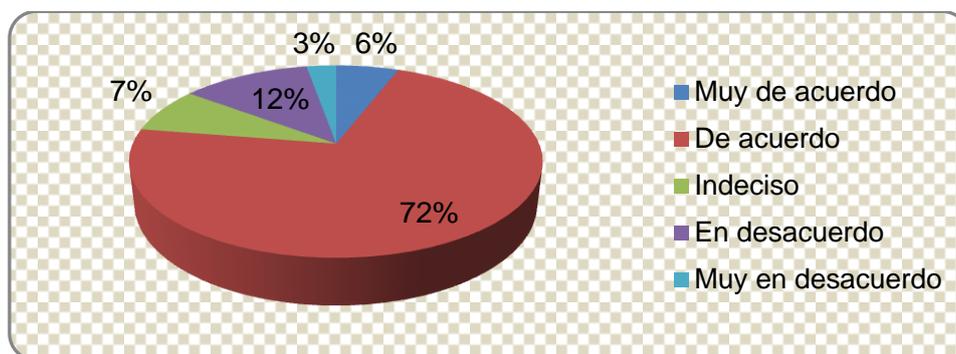
Cuadro 7. La tecnología representa una gran inversión

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	PROCENTAJES
Muy de acuerdo	19	6%
De acuerdo	233	72%
Indeciso	25	7%
En desacuerdo	39	12%
Muy en desacuerdo	9	3%
TOTAL	325	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Katherine Coloma – Sandy Garzón

Gráfico 5. La tecnología representa una gran inversión



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Katherine Coloma – Sandy Garzón

Análisis:

Podemos darnos cuenta que que un 72% está de acuerdo de que muchos microempresarios se les hace difícil aplicar tecnología a sus negocios porque creen que es de gran inversión mientras un 12% está en desacuerdo aunque hay que recalcar la falta de información hacia ellos.

Pregunta: # 6

¿El rendimiento económico de las PYMES milagreas, pocas veces se reinvierten en mejorar la administración con equipo tecnológico (computadoras)?

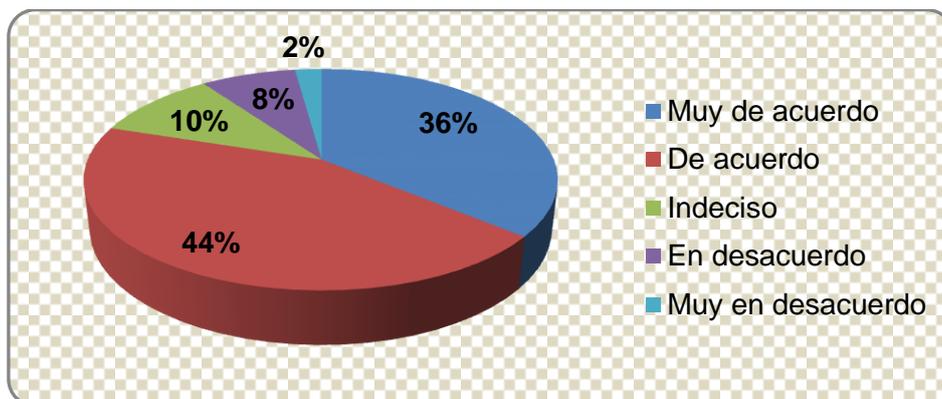
Cuadro 8. Poca reinversión en mejorar la administración con equipos tecnológicos

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	PROCENTAJES
Muy de acuerdo	117	36%
De acuerdo	143	44%
Indeciso	33	10%
En desacuerdo	25	8%
Muy en desacuerdo	7	2%
TOTAL	325	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Katherine Coloma – Sandy Garzón

Gráfico 6. Poca reinversión en mejorar la administración con equipos tecnológicos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Katherine Coloma – Sandy Garzón

Análisis:

En el resultado en cuanto a esta pregunta podemos recalcar que con un porcentaje del 44% está de acuerdo que el rendimiento económico de la PYMES de milagro reinvierten muy poco en tecnología mientras tanto existe un 10% en el desconocimiento de este tema, 8% que está en desacuerdo y un 2% Muy en desacuerdo. Una vez más podríamos decir que la falta de información hace referencia a este resultado.

Pregunta: # 7

¿Algunas PYMES no poseen herramientas y equipos tecnológicos para su administración porque sus dueños desconocen el manejo de las mismas?

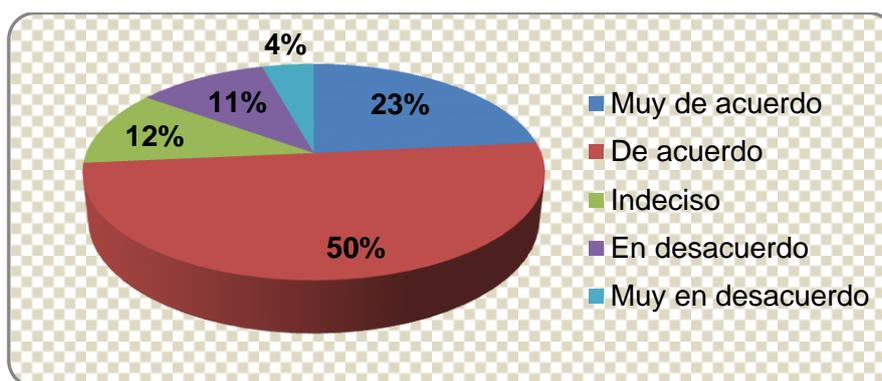
Cuadro 9. Microempresarios desconocen el manejo de tecnología

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	PROCENTAJES
Muy de acuerdo	76	23%
De acuerdo	163	50%
Indeciso	37	12%
En desacuerdo	35	11%
Muy en desacuerdo	14	4%
TOTAL	325	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Katherine Coloma – Sandy Garzón

Gráfico 7. Microempresarios desconocen el manejo de tecnología



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Katherine Coloma – Sandy Garzón

Análisis:

En base a los resultados de la encuesta podemos recalcar que un 50% está totalmente de acuerdo en que las PYMES no cuentan con tecnología en sus negocios ya que los microempresarios desconocen de las oportunidades que brinda la tecnología para ser más competitivos, mientras tanto con un 12% indecisos, 11% en desacuerdo y un 4% en la que no está muy desacuerdo con el desconocimiento de la misma.

Pregunta: # 8

¿La administración de las PYMES milagreñas se caracterizan por el escaso desarrollo y crecimiento que presentan estos negocios?

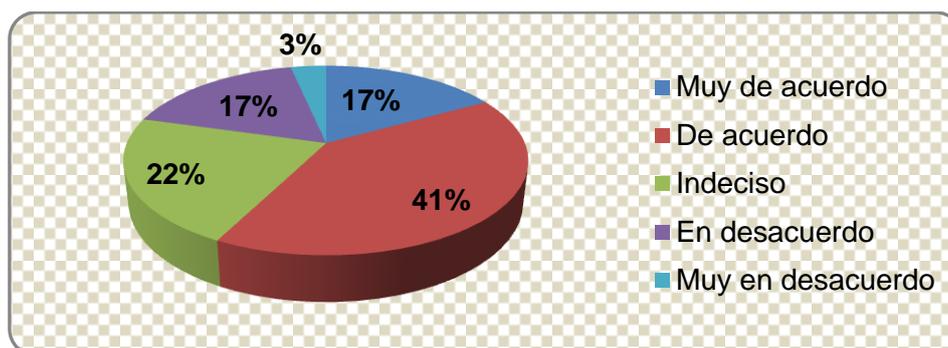
Cuadro 10. Escaso desarrollo y crecimiento de empresarios

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	PROCENTAJES
Muy de acuerdo	55	17%
De acuerdo	132	41%
Indeciso	71	22%
En desacuerdo	56	17%
Muy en desacuerdo	11	3%
TOTAL	325	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Katherine Coloma – Sandy Garzón

Gráfico 8. Escaso desarrollo y crecimiento de empresarios



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Katherine Coloma – Sandy Garzón

Análisis:

Para los Microempresarios les resulta de acuerdo con un 41% la existencia de un escaso manejo tecnológico en el comercio de las PYMES por lo general un 22% totalmente indeciso y un 17% en desacuerdo y esto podemos mejorarlo a medida que los microempresarios se capaciten en cuanto al tema tecnología e implementarla en sus negocios para ser más competitivos.

Pregunta: # 9

¿Los dueños de algunas PYMES milagreñas sienten miedo o temor de emplear la tecnología en la administración?

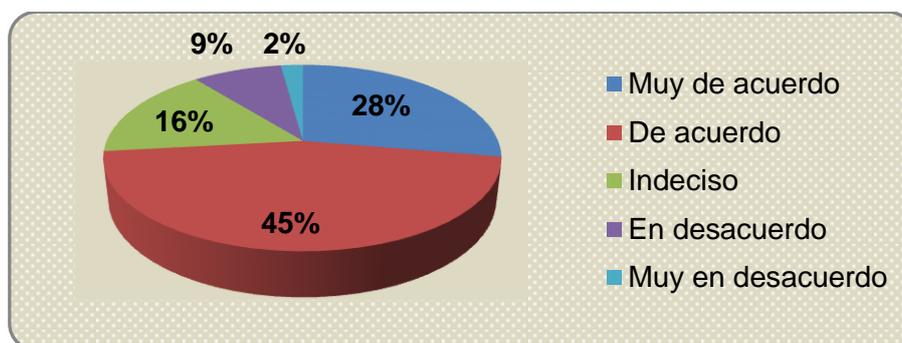
Cuadro 11. Microempresarios sienten temor de implementar tecnología

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	PROCENTAJES
Muy de acuerdo	90	28%
De acuerdo	148	45%
Indeciso	52	16%
En desacuerdo	28	9%
Muy en desacuerdo	7	2%
TOTAL	325	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Katherine Coloma – Sandy Garzón

Gráfico 9. Microempresarios sienten temor de implementar tecnología



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Katherine Coloma – Sandy Garzón

Análisis:

Una vez dado los resultados podemos reiterar que los microempresarios con un 45% están de acuerdo en que muchos de ellos sienten el miedo o temor de aprovechar la tecnología en sus locales.

Pregunta: # 10

¿Los dueños de algunas PYMES milagreñas no han desarrollado una visión de negocios más ambiciosa, lo que ha detenido el crecimiento empresarial?

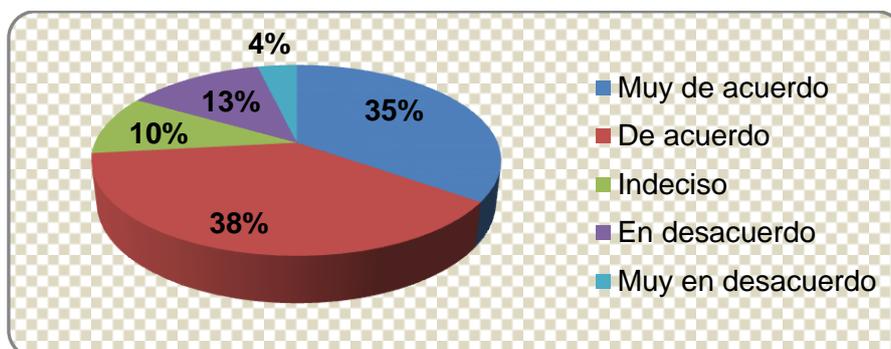
Cuadro 12. Falta de una visión más ambiciosa por parte de microempresarios

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	PROCENTAJES
Muy de acuerdo	113	35%
De acuerdo	125	38%
Indeciso	33	10%
En desacuerdo	42	13%
Muy en desacuerdo	12	4%
TOTAL	325	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Katherine Coloma – Sandy Garzón

Gráfico 10. Falta de una visión más ambiciosa por parte de microempresarios



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Katherine Coloma – Sandy Garzón

Análisis:

Como resultado a esta pregunta encontramos que un 38% de nuestros microempresarios milagreños están de acuerdo que les hace falta la visión más ambiciosa para generar crecimiento empresarial ellos necesitan ser motivados y a la vez ser más competitivos para llegar hacer grandes emprendedores en el negocio.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

En la actualidad las PYMES son de vital importancia en el desarrollo económico en una ciudad o un país, siendo considerado como un sector estratégico de desarrollo y productividad por parte del gobierno actual. Este sector ha venido evolucionando en diferentes aspectos en su desarrollo y crecimiento en el mercado que lo han llevado ser más competitivos siendo un gran generador de fuentes de empleos a muchos ciudadanos milagreños. Hoy en día en las grandes ciudades como Guayaquil, el sector PYMES genera más competitividad y posicionamiento en el mercado mediante asesoría y capacitación en diferentes niveles como administración, tributación, contabilidad, procesos, marketing y desarrollo tecnológico, lo que los ha llevado ser considerado como una de la ciudades más importantes del país, si bien este importante sector es considerado como uno de los pilares de la economía moderna se deben tener en cuenta que para mantenerse competitivas y productivas deben innovar nuevas herramientas y estrategias tecnológicas, hoy por hoy lo que requieren las microempresas pequeñas y medianas empresas están relacionadas con equipos tecnológicos, gracias a la alta tecnología muchas de estas organizaciones solucionaran problemas con agilidad ofertando un mejor servicio a sus clientes.

En la ciudad de Milagro la tendencia de este sector es emplear herramientas tecnológicas para el uso apropiado de los recursos tanto talento humano, insumos y financiero, tomando en cuenta la formulación del problema de nuestro estudio se delimitó al emporio como finito, el cual corresponde a la totalidad de Pymes existentes en la Ciudad de Milagro, este sector cuenta con 2.066²⁸ empresas según datos obtenidos por el Departamento de Investigación de la Universidad Estatal de Milagro, Ciencias Administrativas y Comerciales, luego de la realización del proyecto que corresponde desde el mes de Julio hasta Diciembre del 2010.

²⁸ ECO. FERNANDEZ Mario. Director de Proyecto. “ Diagnosticar Desarrollo Productivo y Socioeconómico y Análisis de Factibilidad para Interacción Institucional de Fortalecimiento”

Muchas de estas organizaciones presentan dificultades a medida de su evolución debido a la menor disposición de insumos y recursos, acceso al crédito, limitantes para emprendimiento en desarrollo tecnológicos, así como carencia de filosofías de servicios y trato de quejas de los clientes, generando bajo posicionamiento de competitividad dentro del mercado. Por lo que muchas de ellas buscan asesoramiento en diferentes áreas como de las cuales son infraestructura tecnológica.

En la ciudad de Guayaquil, actualmente se encuentra la mayor cantidad de microempresas, pequeñas y medianas empresas, que tienen una muy buena posicionamiento dentro del mercado así como estrategias de alianza y muy buena infraestructura tecnológica, lo que los lleva a ser más competitivos satisfaciendo al cliente de una manera más eficiente y eficaz, muchas de estas organizaciones tan legalmente constituidas, teniendo más accesos a créditos y disponibilidad de recursos y financiamiento de futuras inversiones.

Mediante la encuesta el 49% de los encuestados confirman que los administradores no emplean herramientas tecnológicas en la toma de decisiones en la administración de futuros proyectos, lo que en las PYMES de la ciudad de Guayaquil emplean herramientas tecnológicas para la optimización de las tareas y actividades alcanzando niveles de productividad muy alto, cumpliendo las expectativas con los clientes. Muchas de las organizaciones de nuestro cantón no acceden al crédito financiero, lo que causa tener menos recursos y limitaciones al acceso de herramientas tecnológicas perdiendo eficacia en la oferta del servicio o producto.

4.3 RESULTADOS

El trabajo de campo permitió conocer que los encuestados consideran la capacitación como una herramienta necesaria para mejorar sus niveles de competitividad y garantice un buen desarrollo empresarial para los microempresarios de las diferentes pymes, por parte la gran mayoría no son capacitados esto ha ocasionado que sus negocios no se vuelvan novedosos ni competitivos antes otros servicios de asesoría tecnológica en la actualidad es por ello que cuando se les pregunto sobre si consideran que implementar la tecnología en sus negocios representan una gran inversión de capital indicaron

que sí y que se mantienen equitativamente sin que superen o marquen algún tipo de diferencia ante los demás.

Es notable que muchas de estos locales cuentan con microempresarios que quieren progresar pero el miedo a implementar cosas novedosas en base a tecnología los llevan en un vaivén en el que casi pocos se arriesgan, la falta de conocimiento es notoria obteniendo una clara orientación hacia esos microempresarios llegando a perfeccionar sus niveles en el uso adecuado de las herramientas de tecnología e implementarla en sus respectivos negocios.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro 13. Verificación de la Hipótesis

HIPÓTESIS	VERIFICACIÓN
<p>HG: La pérdida de oportunidades de mejora en los niveles de competitividad de las PYMES, de la Ciudad de Milagro se debe al escaso manejo tecnológico de sus Administradores.</p>	<p>El proceso de la encuesta permitió conocer que los microempresarios en un 56% les hacen falta el conocimiento en cuanto al uso de tecnología en sus negocios generando pérdidas de oportunidad en la mejora de los niveles de la competitividad.</p>
<p>HP1: El que los dueños de las PYMES consideren que requieren mayor inversión de capital para aplicar tecnología administrativa genera una administración tradicional del negocio</p>	<p>Los encuestados con un 72% por lo general indicaron que requerirían de inversión para aplicar tecnología en sus negocios y esto se debe a que muchas de estas microempresas son de tipo familiares se basan de generación en generación quedando de manera equitativo sin la necesidad de verse de una manera competitiva.</p>

HP2:

El desconocimiento de la tecnología por parte de los dueños de las PYMES afecta en la no aplicación de la misma en la administración.

Se consideró que el nivel de desconocimiento del manejo de la tecnología y la aplicación de la misma en su negocio es de un 50% y esto se da ya que muchas de ellas no carecen de algún tipo de tecnología en sus negocios.

HP3:

El permanecer en un status quo administrativo es el resultado del miedo a incursionar en actividades administrativas que empleen tecnología.

Los encuestados indicaron que el miedo a implementar herramientas tecnológicas los dificulta mucho dándonos un 45% de ellos con esa opción por lo que permanecen en el estado equitativo la cual no los deja crecer como competidores.

HP4:

La escasa visión de desarrollo y progreso de los dueños de las PYMES afecta en el hecho de que no exista mejora empresarial en sus negocios.

Para un 38% de nuestros encuestados aseguraron que los microempresarios carecen de una baja visión de desarrollo afectando esto la socioeconómica de la ciudad y la mejora empresarial de su negocio.

Fuente: Encuesta e hipótesis

Elaborado por: Katherine Coloma – Sandy Garzón

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Creación de un Centro de Capacitación para el uso apropiado de Herramientas Tecnológicas, aprovechando las oportunidades de mejora en sus niveles de competitividad de las PYMES de la Ciudad de Milagro.

5.2 JUSTIFICACIÓN

A través de esta investigación de campo se pudo revelar de manera fundamental las necesidades de los microempresarios de las diferentes PYMES de la ciudad de Milagro del conocer y aplicar las herramientas tecnológicas en los negocios de manera General, por el motivo en el que un 70% desconocen de la implementación de la tecnología, de las oportunidades y benéficos que esta herramienta brinda para la competitividad. En la ciudad de Milagro existen 2066 empresas del sector de las PYMES tanto de la actividad comercial que corresponden a los diferentes sectores, legalmente establecidos de los cuales pocos han sabido destacar, mientras otros se quedan paralizados por el hecho de que muchos de ellos son administrados por tradiciones familiares y falta de desconocimiento de los beneficios que esta brinda.

Las PYMES tienen un alto potencial, como impulsador o catalizador del crecimiento económico generando fuentes de progreso y de empleo directo o indirectamente al uso de las necesidades de los consumidores.

Teniendo en cuenta la importancia de del estudio que se realizó se considera nuestra propuesta viable creación del Centro de capacitación para el uso adecuado de herramientas tecnológicas “**TECGLOBAL**” la misma que ofrecerá un servicio personalizado de manera tecnológica, con el fin de aprovechar las oportunidades que brinda en la actualidad la tecnología y llegar a ser mucho más competitivos en su desarrollo empresarial.

Para conocer el sector en el cuál se incursionará se realizara el respectivo análisis de Michael Porter en el cual se analizara sus competidores interno y externo, clientes proveedores y los posibles sustitutos. Desarrollando también la observación interna de nuestra propuesta está el análisis (FODA), Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de nuestra propuesta.

Se detallara el funcionamiento del Marketing Mix describiendo el producto, plaza, promoción, precio y publicidad.

Para terminar se desarrollara una proyección financiera para a través de los índices financieros determinar la rentabilidad de esta asesoría.

5.3 FUNDAMENTACIÓN

Actualmente en el sector de las PYMES de la ciudad de Milagro ha incrementado en los últimos años, aportando múltiples beneficios a los ciudadanos de esta ciudad, siendo el principal motor económico y generador de fuentes de empleos de muchas familias.

A pesar de su crecimiento y desarrollo dentro del mercado, este sector tiene mucha acogida por la demanda que se debe a la variedad de servicios y productos a precios cómodos y al alcance del consumidor cumpliendo con sus necesidades, pero la mayoría de los casos ofertan servicios o productos de baja calidad debido a limitante acceso a la tecnología por parte de sus administradores y así como su infraestructura tecnológica generando pérdidas de oportunidad y posicionamiento dentro del mercado local.

Mediante el estudio de campo se llegó a determinar que el 69% de las PYMES no cuentan con una infraestructura tecnológica adecuada a sus requerimientos y necesidades que le permitan agregar valor a sus servicios y productos obteniendo calidad y satisfacción por parte del cliente por ende mayores ingresos, así como también el empleo de herramientas tecnológicas que agilicen la ejecución de las actividades y tareas dentro de la organización con la finalidad de cumplir con objetivos trazados.

La creación de un centro de capacitación para el uso de herramientas tecnológicas permitirá que este sector conozca, diseñe e implemente tecnología en los diferentes niveles que la organización requiere dependiendo de su necesidad, mediante esta propuesta se aporta al desarrollo y crecimiento económico empresarial de este importante sector económico de la Ciudad de Milagro.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la Propuesta

- Crear un Centro de Capacitación y asesoramiento que permita solventar los inconvenientes en el manejo de herramientas tecnológicas, proponiendo soluciones y estrategias en tecnología con la finalidad de que los negocios sea más competitivo ofertando servicios de calidad que contribuyan al desarrollo integral de las PYMES.

5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta

- Capacitar los administradores de las PYMES, en las nuevas tendencias de herramientas tecnológicas, con el fin de tener organizaciones con excelencia en gestión de calidad y servicios aumentando la competitividad y posicionamientos en el mercado local.
- Establecer herramientas en tecnología que brinden a los administradores de las PYMES el uso eficiente de los recursos.
- Desarrollar procesos de capacitación al sector de las PYMES con la finalidad de alcanzar niveles de competitividad, y de empoderamiento que contribuyen al desarrollo y crecimiento económico empresarial a este sector.

- Definir técnicas de capacitación para el personal de las PYMES con el propósito de alcanzar los niveles de compromiso y desarrollo empresarial innovando de manera tecnológica su negocio.

5.5 UBICACIÓN

Figura 1. Ubicación



Fuente: Google Maps (satélite)

Elaborado por: Coloma Katherine – Garzón Sandy

El Centro de Capacitación Tecnológica “**TECGLOBAL**” se encontrará ubicado en las calles Juan Montalvo y Eloy Alfaro Edificio COLVEG, Mezzanine Oficina 5.

5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Factibilidad Administrativa

Desde un punto de vista administrativo existe la factibilidad, puesto a que las personas que están a cargo de las capacitaciones son personas responsables y profesionales que conocen y están empapados de los temas en base a tecnología, manejo empresarial, sobre todo especialistas en el área tecnológica y de marketing.

Factibilidad Legal

Se registrará bajo los parámetros implantados por el ejecutivo y gobierno central, para arranque del establecimiento, todo lo que tiene que ver con los respectivos permisos municipales, el Cuerpo de Bomberos, el RUC, Ministerio de Salud, cámara de comercio. Cabe mencionar que no existe ley, reglamento o norma que impida el libre ejercicio de este centro de asesoría.

Factibilidad Presupuestaria

El negocio es factible a partir del punto de vista presupuestario, por lo que se cuenta con un financiamiento privado y del estado para impulsar el crecimiento y establecimiento de las microempresas permitiendo el desarrollo económico del país convirtiéndose en un punto favorable para el microempresario consiguiendo su capital que permita dar un giro a las respectivas actividades que desean iniciar.

Factibilidad Técnica

El centro de asesoría y capacitación contara con tres capacitadores, los cuales se dedicaran a brindar asistencia técnica en aspectos relacionados a la administración actual, contabilidad tecnológica, marketing, TICs e innovación tecnológica.

ACTIVIDADES

Filosofía corporativa

Ofreciendo Calidad Productiva del conocimiento y Mejora Continúa de las nuevas tendencias en tecnología.

VISION:

Ser un Centro de Aprendizaje y Formación con cobertura a nivel Local, con orientación técnica y de formación académico tecnológico con capacidad de actualizar y comprometerse a ser competitivos a las organizaciones.

MISION:

Ofrecer un servicio personalizado, responsable, serio, eficiente y de manera profesional facilitando la oportunidad de dar soluciones orientadas a compensar sus necesidades con el objetivo de que estos a su vez aprovechen las oportunidades y llegar a ser más competitivos ante la demanda del entorno.

VALORES:

- Respeto
- Solidaridad
- Esfuerzo en el trabajo de equipo
- Participación en el dialogo y criterios comunes ante cualquier inquietud
- Formación e innovación continúa
- La puntualidad radica el interés
- Reconocimiento de las capacidades de los participantes
- Ética profesional

ORGANIGRAMA

Figura 2. Organigrama Estructural

Organigrama Estructural:



Fuente: Organigrama

Elaborado por: Coloma Katherine – Garzón Sandy

MANUAL DE FUNCIONES

Descripción del Cargo: Administrador

Objetivo Estratégico Del Cargo:

Tiene la responsabilidad de la administración, coordinación, planificación y toma de decisiones en todas las áreas del negocio para que este a su vez logre todos los objetivos y se posea como uno de las mejores asesorías a nivel local.

Funciones Específicas:

- ✓ Ser responsable de la administración y control de los recursos tanto financiero como humano.
- ✓ Se encarga de administrar los activos de una empresa, incrementar los ingresos y ajustarse lo más posible a un presupuesto de egresos, para con esto lograr la rentabilidad de la empresa.
- ✓ Establecer diferentes tipos de contratos o convenios con clientes actuales o potenciales.
- ✓ Supervisar la ejecución de todos los procesos de los distintos departamentos.
- ✓ Habilidad para tomar decisiones empresariales.
- ✓ Controlar y planificar la ejecución del trabajo y a la vez comparar los resultados reales con los actuales.
- ✓ Elabora el plan de motivación para el personal.
- ✓ Representa al negocio en todo acontecimiento social, cultural, deportivo, en que el negocio participe.
- ✓ Asiste a los empleados en sus distintos puestos de trabajo.

Características Específicas:

- ✓ Requiere de una alta moral comprobada
- ✓ Lealtad, Honestidad, Responsabilidad Respeto y excelentes relaciones interpersonales
- ✓ Alta capacidad de criterio y toma de decisiones.

Perfil Del Cargo:

Edad: 27 años en adelante

Género: Indistinto

Estado Civil: Indistinto

Educación: Título de tercer nivel de preferencia de la carrera de ingeniería comercial o administración de empresas

Experiencia: 2 años en cargos similares.

Requisitos Adicionales:

- ✓ Dirigir y coordinar las acciones del equipo de trabajo.
- ✓ Aplicar las respectivas políticas.
- ✓ Facilidad para establecer relaciones interpersonales.
- ✓ Honesto y comprometido con el trabajo
- ✓ Líder
- ✓ Proactivo e Organizado
- ✓ Habilidades de negociación.
- ✓ Habilidades de tendencias tecnológicas.

Descripción del Cargo: Secretaria

Objetivo estratégico del cargo:

Tiene la responsabilidad de apoyar en la dirección de los documentos, como también en la coordinación del administrador.

Funciones Específicas:

- ✓ Responsable de vigilar el orden y privacidad de la documentación de la dirección del centro.
- ✓ Recepción de documentos.
- ✓ Atender llamadas telefónicas.
- ✓ Atender al público.

- ✓ Informar sobre todo lo referente al departamento del que depende.
- ✓ Estar al día de la tramitación de expedientes.
- ✓ Manejo de suministros de oficina.
- ✓ Elaboración de memos y cartas.
- ✓ Llevar agenda de diaria.
- ✓ Ingresos de datos del sistema.
- ✓ Apoyo al administrador en lo que requiera.
- ✓ Tener actualizada la agenda, tanto telefónica como de direcciones.
- ✓ Asimismo, tener conocimiento del manejo de maquinaria de oficina, desde calculadoras hasta fotocopiadoras, pasando por ordenadores personales y los programas informáticos que conllevan.

Características Específicas:

- ✓ Buena presencia
- ✓ Excelente comunicación
- ✓ Experiencia como secretaria o asistente
- ✓ Responsabilidad

Perfil del cargo:

Edad: 25 a 30 años

Género: femenino

Estado civil: indistinto

Educación: Estudios Superiores de Administración de Empresas o carreras afines (Cursando tercer año en adelante). Nocturna

Experiencia: 1 año en cargos similares.

Requisitos Adicionales

- ✓ Manejo de utilitarios de oficina como las máquinas de computo
- ✓ Organizada
- ✓ Tareas diarias de oficina de manera eficiente.
- ✓ Excelentes cualidades de comunicación.
- ✓ Desarrollo de múltiples tareas.

- ✓ Seguridad en sí mismo
- ✓ Disponibilidad de tiempo

Contador

Objetivo estratégico del cargo:

Llevar consigo los informes y llevar la responsabilidad de los respectivos registros contables por parte de la microempresa dándole soluciones

Funciones específica:

- ✓ Elaborar los respectivos informes financieros de aplicación en base a la asesoría o servicio contable que se brindara.
- ✓ Desarrollar manuales de contabilidad básica a utilizar en la asesoría del administrador.
- ✓ Brindar soluciones ágiles objetivas y oportunas al representado en la elaboración de registros contables.
- ✓ Ofrecer análisis contables íntegros de su actividad o negocio.

Características Específicas:

- ✓ Capacidad de Organización.
- ✓ Capacidad de trabajo en equipo
- ✓ Poseer criterio e iniciativa para el ejercicio de sus labores.
- ✓ Ser comunicativo.

Perfil del Cargo:

Edad: 25 – 35 años

Género: Indistinto

Estado civil: Indistinto

Educación: Título de Tercer Nivel de preferencia Contaduría Pública - CPA

Experiencia: 2años.

Requisitos Adicionales:

- ✓ Licenciatura en Contaduría Pública
- ✓ Conocimientos de Contabilidad de manera general
- ✓ Excelente presencia
- ✓ Conocimientos en programas Microsoft Office

Descripción del Cargo: Capacitador**Objetivo general:**

Capacitar a los microempresarios dependiendo de sus necesidades y requerimientos de la organización mediante la aplicación de sus conocimientos que le permitan gestionar y solucionar las falencias de este sector.

Capacitador 1: Marketing e innovación.**Funciones específica:**

- ✓ Responsable de dar conocimiento sobre el manejo de la tecnología en los negocios.
- ✓ Controlar la asistencia de los participantes en la capacitación.
- ✓ Planificar la temática del curso de acuerdo a las horas de capacitación.
- ✓ Reporte diario de las actividades en la capacitación.
- ✓ Capacitar a los administradores de acuerdo a las nuevas tendencias de marketing e innovación tecnológica.
- ✓ Desarrollar metodologías de enseñanza al desarrollo de estrategias en marketing e innovación tecnológica.
- ✓ Dirigir sistemas didácticos virtuales.
- ✓ Definir conceptos de telemarketing.
- ✓ Definir los conceptos fundamentales de la informática.

Características Específicas:

- ✓ Capacidad de mando
- ✓ Excelentes relaciones humanas

- ✓ Creativo e innovador

Perfil del Cargo:

Edad: 25 a 35 años

Género: Indistinto

Estado civil: Indistinto

Educación: Ingeniero en Marketing o Carrera afines.

Experiencia: 2 años mínimos en cargos

Requisitos Adicionales:

- ✓ Manejar programas publicitarios y la tecnología de la información (TICs).
- ✓ Conocimiento de temas de Gerencia en marketing, Conducta del Consumidor.
- ✓ Manejar los lenguajes de la comunicación y programación e información en el ámbito laboral.
- ✓ Disposición de tiempo completo.

Capacitador 2 Sistemas Integrales tecnológicas

Funciones específica:

- ✓ Diseñar procesos de implementación de sistemas integrales tecnológicos en la PYMES.
- ✓ Establecer estrategias de desarrollo en sistemas Integrales tecnológicas en las PYMES.
- ✓ Diseñar los lineamientos de los recursos tecnológicos financieros para la implementación de sistemas integrales tecnológicos.
- ✓ Capacitar a los microempresarios sobre los diversos sistemas integrales que le permitan agilizar la toma de decisiones dentro de la organización.

Características Específicas:

- ✓ Adiestramiento individualizado
- ✓ Asistencia individual
- ✓ Evaluación del nivel de accesibilidad de páginas web

- ✓ Asesor sobre el manejo de equipos tecnológicos
- ✓ Asistencia técnica en la instalación y configuración de programas de computadoras.
- ✓ Asesoría a clientes sobre adquisición de equipos nuevos de tecnología informática.

Perfil del Cargo:

Edad: 25 -40 años

Género: Indistinto

Estado civil: Indistinto

Educación: Título de Ingenieros en Sistemas Informáticos y de Computación o Tecnólogos.

Experiencia: 3 años en consultoría de Sistemas de información y computación.

Requisitos Adicionales:

- ✓ Trabajo en Equipo
- ✓ Orientación Social
- ✓ Servicio al Cliente
- ✓ Tecnológico especializado en PYMES
- ✓ Instalación y mantenimiento de PC, Servidores, Aplicaciones y Redes.

Descripción del Cargo: Conserje

Funciones específica:

- ✓ Mantener limpias todas las áreas de la empresa tanto al inicio como al final de las actividades.
- ✓ Cumplir con el horario establecido para la limpieza
- ✓ Mantener en orden y en los respectivos lugares todos los desechos del trabajo realizado.
- ✓ Dar a conocer cualquier anomalía respecto a su trabajo al administrador del negocio.

Características Específicas:

- ✓ Buena presencia
- ✓ Responsable, hábil. Honrado, honesto y disciplinado.

Perfil Del Cargo:

Edad: 25-45 años

Género: Indistinto

Estado civil: Indistinto

Educación: ninguno

Experiencia: ninguno

Requisitos Adicionales:

- ✓ No contar con antecedentes policiales
- ✓ Gozar de buena salud y buen estado físico
- ✓ Ordenado, limpio, sigiloso, puntual, veraz, voluntarioso y sobre todo disciplinado.

ANÁLISIS FODA

Cuadro 14. Análisis FODA

ANÁLISIS FODA		
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ANÁLISIS INTERNO	-Servicio de manera directa con los clientes.	-Corto tiempo en el mercado.
	-Personal Comprometido con el objetivo de la organización.	-Poca información o publicidad por ser algo nuevo en el mercado.
	-Grupo con liderazgo, disciplinado, perseverante y responsable.	-Arrendamiento.
	-Asesoramiento y capacitación de acuerdo a las exigencias de nuestros clientes.	-Local pequeño para la demanda
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ANÁLISIS EXTERNO	-Credibilidad de la demanda.	-Existencia de Competencias que se especialicen en ofrecer el mismo servicio de capacitación.
	-Usuarios no entienden el concepto del uso de Herramientas tecnológicas e innovación.	-Precios bajos de parte de la competencia.
	-Escasa competencia.	-Mal manejo de la información que afecte el desarrollo de nuestro proyecto.
	- Nuevas tendencias tecnológicas	-Capacitadores Informales.

Fuente: Análisis FODA

Elaborado por: Coloma Katherine – Garzón Sandy

Matriz FO-FA // DO-DA

Cuadro 15. Matriz FOFADODA

		INTERNAS	
		FORTALEZAS	DEBILIDADES
Creación de un Centro de Capacitación para el uso apropiado de Herramientas Tecnológicas, aprovechando las oportunidades de mejora en sus niveles de competitividad de las PYMES de la Ciudad de Milagro.		-Servicio de manera directa con los clientes.	-Corto tiempo en el mercado.
		-Personal Comprometido con el objetivo de la organización.	-Poca información o publicidad por ser algo nuevo en el mercado.
		-Personal capacitado	-Arrendamiento.
		-Asesoramiento y capacitación de acuerdo a las exigencias de nuestros clientes.	-Local pequeño para la demanda
	OPORTUNIDADES	FO	DO
EXTERNAS	-Credibilidad de la demanda.	Aprovechando el escaso conocimiento de herramientas e innovación tecnología para los microempresarios se realiza un asesoramiento y capacitación que cumplan con las exigencias de los clientes en el	Tener en cuenta de que en la ciudad de Milagro existe escasa competencia por ende existe poca información o publicidad por ser algo novedoso en el mercado, empleando las herramientas de publicidad se ofertara a las
	-Usuarios no entienden el concepto del uso de Herramientas tecnológicas		

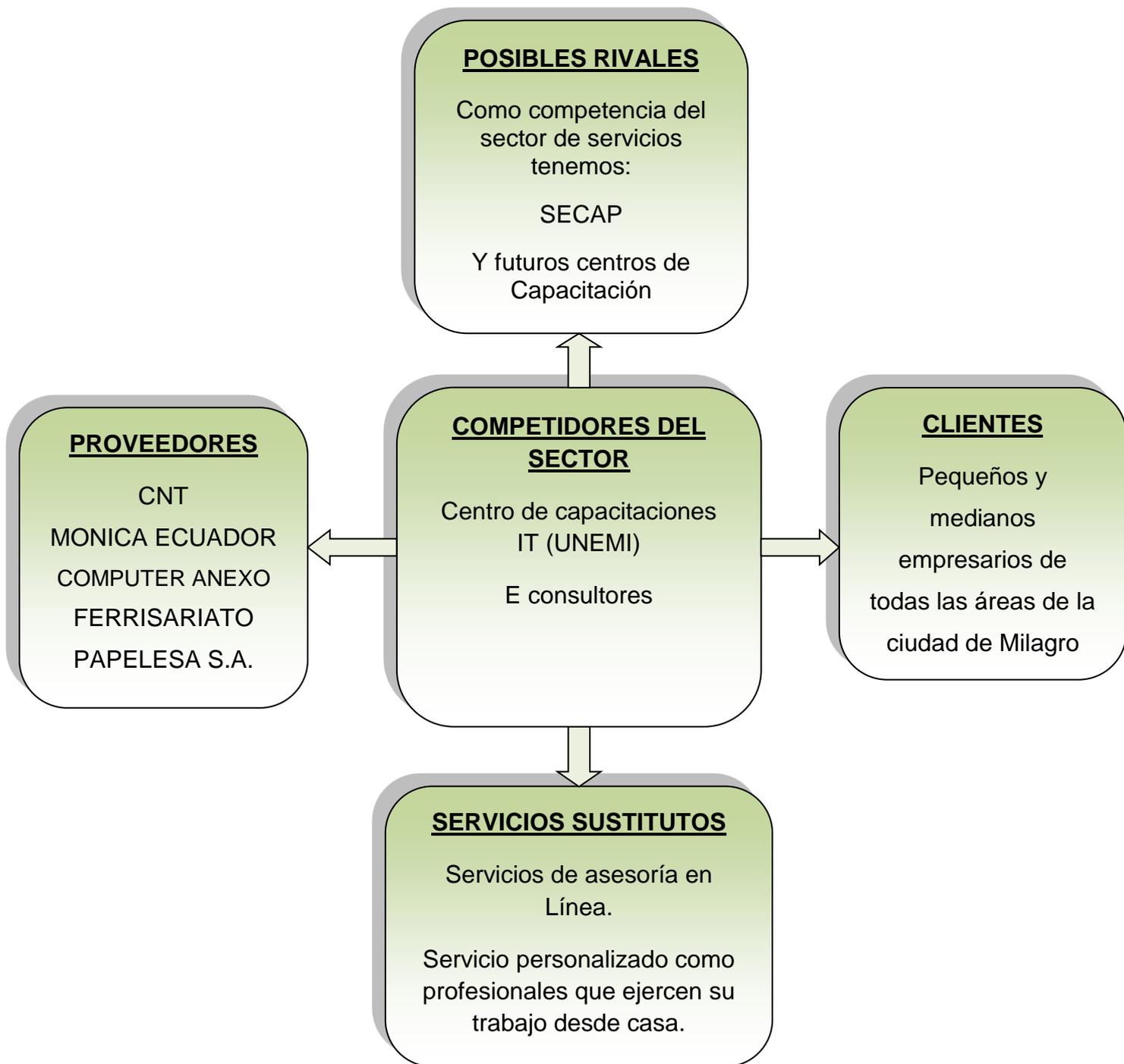
e innovación.	mercado, garantizando la calidad del servicio de acorde a las nuevas exigencias tecnológicas.	pymes el servicio y la presencia de esta nueva alternativa de asesoría y capacitación.
-Escasa competencia.		
-Nuevas tendencias tecnológicas.		
AMENAZAS	FA	DA
- Existencia de Competencias que se especialicen en ofrecer el mismo servicio de capacitación.	Establecer estrategias de Publicidad para captar la atención del cliente, mediante Material publicitario que contengan los servicios a ofertar, teniendo una infraestructura adecuada, asesoría personalizada en el uso de herramientas tecnológicas a precios cómodos que le permitan a los microempresarios acceder a los servicios dependiendo de sus requerimientos.	Establecer sitios estratégicos para la ubicación del negocio con el propósito de dar a conocer los servicios que se ofertaran al mercado mediante material publicitario que contengan una información clara y precisa Analizar sistema bancario con la finalidad de acceder a créditos y préstamos para financiar los gastos para la creación de este centro de capacitación en herramientas tecnológicas que cumplan con las expectativas del cliente.
-Precios bajos de parte de la competencia.		
- Mal manejo de la información que afecte el desarrollo de nuestro proyecto.		
-Capacitadores informales.		

Fuente: Matriz FOFA/DODA

Elaborado por: Coloma Katherine – Garzón Sandy

ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE MICHAEL PORTER:

Figura 3. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter



Fuente: Fuerzas de Michael Porter

Elaborado por: Coloma Katherine – Garzón Sandy

Cuadro 16. Barreras de Entrada F1

F1 BARRERAS DE ENTRADA	BAJO	MEDIO	ALTO
1. Servicios diferentes		X	
2. Costos			X
3. Precios			X
	0	1	2
Amenazas de nuevos participantes	0%	33%	67%

Fuente: Fuerzas de Michael Porter

Elaborado por: Coloma Katherine – Garzón Sandy

Por medio de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas podemos observar que en nuestra demanda al momento de carecer de cursos de capacitación es encontrar precios que lleguen acordes a su nivel económico por esto hemos tomado la decisión de ingresar al mercado con precios competitivos evitando de esta manera que la competencia gane terreno.

Cuadro 17. Servicios Sustitutos F2

F2 SERVICIOS SUSTITUTOS	BAJO	MEDIO	ALTO
1. Precios		X	
2. Propensión a cambiar	X		
3. Centro de asesoramiento que brinden el mismo servicio por parte del Gobierno		X	
	1	2	0
Amenazas de Sustitutos	33%	67%	0%

Fuente: Fuerzas de Michael Porter

Elaborado por: Coloma Katherine – Garzón Sandy

En nuestro mercado no sería atractivo si existen servicios sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están avanzando de manera rápida o pueden llegar a entrar a precios mucho más bajos que las de nosotros vamos a establecer, reduciendo la utilidad del centro de capacitación.

Cuadro 18. Determinantes de la Rivalidad F3

F3 DETERMINANTES DE LA RIVALIDAD	BAJO	MEDIO	ALTO
1. Prestigio	X		
2. Estrategias Comerciales			X
3. Calidad de Servicio	X		
	2	0	1
Análisis de Rivalidad	67%	0%	33%

Fuente: Fuerzas de Michael Porter

Elaborado por: Coloma Katherine – Garzón Sandy

En lo que consiente a los servicios que brindaremos podríamos recalcar que representa un nivel bajo por la presencia de la rivalidad inmediata, sin embargo, no debemos descuidar a nuestra competencia y así permitirnos visualizar como enfrentarlos.

Cuadro 19. Poder de los Compradores F4

F4 PODER DE LOS COMPRADORES	BAJO	MEDIO	ALTO
1. Estrategias Promocionales			X
2. Inclinación por servicios iguales		X	
3. Mercado Amplio			X
	0	1	2
Poder del consumidor	0%	33%	67%

Fuente: Fuerzas de Michael Porter

Elaborado por: Coloma Katherine – Garzón Sandy

En definitiva el poder de compra lo tienen los empresarios, debido a la poca coexistencia de estos centros de capacitación, sin embargo propietarios de esta clase de negocios deberá seguir averiguando para poder añadirle un valor agregado al servicio que van a ofrecer, teniendo una majestuosa participación en el mercado.

Cuadro 20. Negociación de los Proveedores

F5 NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES	BAJO	MEDIO	ALTO
1. Precios Elevados	X		
2. Importancia del volumen para el proveedor		X	
3. Impacto económico	X		
	2	1	0
Poder de los proveedores	67%	33%	0%

Fuente: Fuerzas de Michael Porter

Elaborado por: Coloma Katherine – Garzón Sandy

Se las considera amenazantes cuando imponen el precio mientras para una capacitación que es constante sobre el servicio se debe determinar de dos a tres proveedores fijos que ofrezcan precios accesibles para lograr tener cierta ventaja ante la competencia que se nos presenta.

Cuadro 21. Análisis del sector Comercial

<i>RESUMEN DEL ANÁLISIS DEL SECTOR COMERCIAL, NIVEL DE ATRACTIVIDAD</i>						
MAGNITUD DE LA EMPRESA	ACTUAL			FUTURO		
	Bajo	Medio	Alto	Bajo	Medio	Alto
BARRERAS DE ENTRADA	0	1	2	X		
SERVICIOS SUSTITUTOS	1	2	0		X	
DETERMINANTE DE LA RIVALIDAD	2	0	1	X		
PODER DE LOS COMPRADORES	0	1	2		X	
NEGICIACIÓN CON LOS PROVEEDORES	2	1	0	X		
EVALUACIÓN GENERAL	5	5	5			X

Elaborado por: Coloma Katherine – Garzón Sandy

En la actualidad la presencia de esta clase de negocio tiene un alto índice de crecimiento, debido a la gran demanda de microempresarios que desconocen del buen uso de las herramientas tecnológicas en sus negocios, por ello nuestro centro de capacitación debe optimizar su servicio y marcar la gran diferencia ante la competencia y así lograr un pronto posicionamiento en el mercado local aprovechando las oportunidades que este ofrece para mejorar el proceso de competitividad y desarrollo de sus negocios.

MARKETING MIX

Estrategias de Servicio:

Este servicio va enfocado principalmente a los Administradores de las diferentes PYMES de la ciudad de Milagro que tienen o carecen de la necesidad de actualizarse a las nuevas tendencias tecnológicas que ofrecen la oportunidad de llevar a ser más competitivos sus negocios de una manera actualizada beneficiando servicios satisfactorio a sus clientes y sobre todo desarrollo empresarial.

Nombre de la Empresa

Centro de Capacitación Tecnológica “”

Logotipo

Figura 4. Centro de Capacitación Tecnológica “TECGLOBAL”



Elaborado por: Coloma Katherine – Garzón Sandy

Slogan

Ofreciendo Calidad Productiva del conocimiento y Mejora Continúa de las nuevas tendencias en tecnología.

Servicios a ofrecer:

Ofrecerá los siguientes servicios:

- ✓ Marketing Digital
- ✓ Tecnología e Innovación

¿Por qué Capacitarse?

La capacitación es una herramienta fundamental para poder adquirir los conocimientos necesarios que la demanda requiere, utilizaremos un procedimiento planteado y organizado, mediante el cual los microempresarios aprendan conocimientos, actitudes y habilidades en función a los objetivos definidos. Esto a su vez comprende un sinnúmero de acciones tanto educativas y administrativas orientadas al cambio, mejoramiento y adaptación a las nuevas tendencias tecnológicas que nos brinda la tecnología.

Para poder alcanzarlas contamos con objetivos exclusivos como personal altamente capacitado y calificado.

¿Para qué Capacitarse?

- Ofrecemos capacitaciones para fortalecer tu negocio desarrollando estrategias, adaptación e innovaciones tecnológicas con el propósito de generar el desarrollo empresarial.
- Desarrollamos las condiciones necesarias para que los Microempresarios de nuestra Ciudad adquieran los conocimientos necesarios y habilidades que les permitan conllevar consigo la destreza en cuanto al manejo adecuado de las herramientas tecnológicas, convirtiéndose en generadores de empleo para sí, su familia y su entorno.

Beneficios de la Capacitación:

- Formación de Microempresarios altamente competitivos.
- Alimenta la confianza y el desarrollo tanto profesional como personal.
- Permite el logro de metas planteadas.
- Progreso de desarrollo en su negocio.
- Elimina el desconocimiento y los temores a la implementación de tecnología en sus negocios e incrementando la motivación personal.

¿Quiénes pueden hacer uso?

Los Administradores de las diferentes PYMES de la Ciudad de Milagro y sus alrededores.

Estrategias de Precio:

Estrategia de Penetración de Mercado

Esto representa que ingresaremos con precios cómodos que se ajustan a la economía de nuestros microempresarios de la ciudad, sobre todo por la existencia de nuestras competencias en los distintos lados de nuestra ciudad y parroquias aledañas, siendo reconocidas a nivel local ya tienen prestigio y posicionamiento en el mercado; muchos microempresarios se resisten a implementar uso de tecnología en sus negocios para ser innovadores y aprovechar las oportunidades que este brinda por ello no acuden a profesionales para poder llenarse de estos servicios de índole tecnológico y a su vez empresarial. Una vez que estemos fuertes en el mercado, local los precios serán a nivel de la misma competencia.

Lo mismo que iniciaremos con el Horario de **Lunes a Sábados** y su tiempo de duración se dispone según los temas de elección del participante se tiene cupo limitado de 15 personas para mayor facilidad en el aprendizaje

A continuación se implantará un desglose de los servicios y precios que se ofrecerán:

Cuadro 22. Precios

SERVICIOS	PRECIO
MARKETING DIGITAL	
Branding Emocional	\$ 100.00
Virtual Marketing	\$ 80.00
Marketing Comunitario	\$ 50.00
Engagement Marketing	\$ 60.00
Propuestas de Valor	\$80.00
TECNOLOGÍA	
Innovación Tecnológica	\$ 80.00
Tecnología de Vanguardia en los negocios	\$ 60.00
Administración de relación con los clientes.	\$ 50.00
Tecnología de la Información (TICs)	\$ 70.00
Infraestructura de Redes.	\$ 60.00
Desarrollo de sistemas informáticos.	\$ 80.00
Estrategias de Innovación tecnológica.	\$ 80.00
Tecnología de Apoyo a la toma de decisiones.	\$ 50.00
Uso de programas Contables	\$ 60.00
Sistema de apoyo a ejecutivos.	\$ 50.00

Fuente: Cronograma de actividades.

Elaborado por: Coloma Katherine – Garzón Sandy.

Estrategias de Plaza o Distribución:

Al ofrecer un servicio, la distribución será directa: Negocio – clientes.

Estrategias de Promoción:

Este centro de capacitación siempre pensara beneficiar a sus participantes con los servicios que brindara y para darse a conocer en esta ciudad en las diferentes ramas de las PYMES.

Entre estas estrategias tenemos el siguiente desglose:

Estrategias de Promoción en Ventas

- Descuentos del 5% al 10%, los dos primeros meses de apertura del negocio.
- Descuento de un 10% por conseguir e incentivar a un cliente nuevo.

Estrategias de Publicidad:

Se utilizara un material publicitario para obtener reconocimiento y posicionamiento en la localidad, como son la siguiente:

- **Anuncio publicitario en el periódico local.-** Con la finalidad de atraer la atención del cliente.
- **Volantes.-** Se distribuirán en lugares como centros de educación superior como los diferentes microempresas de la ciudad en las cuales contendrán información necesaria de nuestros servicios.

Figura 5. Publicidad



**Centro de Capacitación
Tecnológica**

TECGLOBAL

Calidad Productiva del conocimiento y Mejora
Continua de las nuevas tendencias en tecnología.

*Contamos con Profesionales
Especializados.....*

Horarios:
Lunes a Viernes 14h00 a 18h00
Sábados 14h00 a 17h00

Telfs 2704578

Dirección: Calles Juan Montalvo y Eloy Alfaro Edificio
COLVEG, Mezzanine Oficina 5

Elaborado por: Coloma Katherine – Garzón Sandy

Figura 6. Tarjeta de Presentación



Elaborado por: Coloma Katherine – Garzón Sandy.

- **Redes sociales (Facebook y twitter).**- Manera más rápida a base d la tecnología con toda la información necesaria de nuestros servicios.

Figura 7. Redes Sociales



Elaborado por: Coloma Katherine – Garzón Sandy

- **Camisetas y plumas.**- Se les entregara a los participantes de los cursos para las diferentes capacitaciones.

5.7 Descripción de la Propuesta.

5.7.1 Actividades

- Identificar el lugar donde va estar ubicada el centro de capacitación.
- Organizar de manera interna nuestro centro de Capacitación estableciendo la ubicación del mobiliario y su respectiva decoración.
- Gestionar los trámites para el financiamiento.
- Establecer estrategias de publicidad que se utilizara para poder dar a conocer nuestra variedad de servicios.
- Ejecutar las publicidades para ser distribuidas en los diferentes puntos estratégicos.
- Distribuir el material publicitario en los diversos puntos estratégicos en el Cantón.
- Se realizara una reunión con el personal seleccionado para explicar de manera detallada como funcionara la asesoría de acuerdo al cargo que se desempeñan.
- Se realiza la inauguración del centro de capacitación.
- Se procede a contabilizar los movimientos económicos.
- Se presentan los resultados obtenidos.

5.7.2 Recursos, análisis financiero

Recurso Humano

Para el desarrollo respectivo de este proyecto de investigación se va a contar con el siguiente personal:

Cuadro 23. Recurso Humano

CARGO	CANTIDAD
ADMINISTRADOR	1
SECRETARIA	1
CONTADOR	1
CAPACITADOR	2
CONSERJE	1

Elaborado por: Coloma Katherine – Garzón Sandy.

Análisis Financiero

Por medio de los Estados Financieros se mostrara que este proyecto que se ha propuesto es viable como lo detallaremos a continuación:

VARIACION INGRESOS	5%
VARIACION GASTOS	3%

Cuadro 24. Activos Fijos

CENTRO DE CAPACITACIÓN			
ACTIVOS FIJOS			
CANT.	DESCRIPCION	COSTO. UNITARIO	COSTO. TOTAL
	MUEBLES Y ENSERES		
3	ESCRITORIOS	150,00	450,00
24	SILLAS DE ESCRITORIO	45,00	1.080,00
3	ARCHIVADORES AEREOS	80,00	240,00
	TOTAL MUEBLES DE OFICINA		1.770,00
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
24	COMPUTADORAS	600,00	14.400,00
1	PROYECTOR	800,00	800,00
1	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	175,00	175,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		15.375,00
	EQUIPO DE OFICINA		
2	TELEFONO CON LÍNEA	150,00	300,00
2	AIRE ACONDICIONADO	800,00	1.600,00
	TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA		1.900,00
	TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS		\$ 19.045,00

Cuadro 25. Depreciaciones

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	% DE DEP.	DEP. MENSUAL	DEP. ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	1.770,00	10%	14,75	177,00
EQUIPO DE COMPUTACION	15.375,00	33%	422,81	5.073,75
EQUIPO DE OFICINA	1.900,00	10%	15,83	190,00
TOTAL	19.045,00		453,40	5.440,75

Cuadro 26. Gastos Por Año

NÓMINA AÑO 1									
	PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.R ESEV.	REM.	R-ANUAL
1	ADMINISTRADOR	700,00	58,33	22,00	29,17	86,45		723,05	8.676,60
1	SECRETARIA	400,00	33,33	22,00	16,67	49,40		422,60	5.071,20
1	CONTADOR	500,00	41,67	22,00	20,83	61,75		522,75	6.273,00
1	CAPACITADOR	500,00	41,67	22,00	20,83	61,75		522,75	6.273,00
1	CAPACITADOR	500,00	41,67	22,00	20,83	61,75		522,75	6.273,00
1	CONSERJE	320,00	26,67	22,00	13,33	39,52		342,48	4.109,76
	TOTAL	2.920,00						3.056,38	36.676,56

NÓMINA AÑO 2									
	PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.R ESEV.	REM.	R-ANUAL
1	ADMINISTRADOR	721,00	60,08	22,00	30,04	89,04	60,06	804,14	9.649,69
1	SECRETARIA	412,00	34,33	22,00	17,17	50,88	34,32	468,94	5.627,25
1	CONTADOR	515,00	42,92	22,00	21,46	63,60	42,90	580,67	6.968,06
1	CAPACITADOR	515,00	42,92	22,00	21,46	63,60	42,90	580,67	6.968,06
1	CAPACITADOR	515,00	42,92	22,00	21,46	63,60	42,90	580,67	6.968,06
1	CONSERJE	329,60	27,47	22,00	13,73	40,71	27,46	379,55	4.554,60
	TOTAL	3.007,60						3.394,64	40.735,73

NÓMINA AÑO 3									
	PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.R ESEV.	REM.	R-ANUAL
1	ADMINISTRADOR	742,63	61,89	22,00	30,94	91,71	61,86	827,61	9.931,26
1	SECRETARIA	424,36	35,36	22,00	17,68	52,41	35,35	482,35	5.788,15
1	CONTADOR	530,45	44,20	22,00	22,10	65,51	44,19	597,43	7.169,19
1	CAPACITADOR	530,45	44,20	22,00	22,10	65,51	44,19	597,43	7.169,19
1	CAPACITADOR	530,45	44,20	22,00	22,10	65,51	44,19	597,43	7.169,19
1	CONSERJE	339,49	28,29	22,00	14,15	41,93	28,28	390,28	4.683,32
	TOTAL	3.097,83						3.492,52	41.910,29

NÓMINA AÑO 4									
	PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.R ESEV.	REM.	R-ANUAL
1	ADMINISTRADOR	764,91	63,74	22,00	31,87	94,47	63,72	851,77	10.221,28
1	SECRETARIA	437,09	36,42	22,00	18,21	53,98	36,41	496,16	5.953,87
1	CONTADOR	546,36	45,53	22,00	22,77	67,48	45,51	614,70	7.376,34
1	CAPACITADOR	546,36	45,53	22,00	22,77	67,48	45,51	614,70	7.376,34
1	CAPACITADOR	546,36	45,53	22,00	22,77	67,48	45,51	614,70	7.376,34
1	CONSERJE	349,67	29,14	22,00	14,57	43,18	29,13	401,32	4.815,90
	TOTAL	3.190,76						3.593,34	43.120,07

NÓMINA AÑO 5									
	PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.R ESEV.	REM.	R-ANUAL
1	ADMINISTRADOR	787,86	65,65	22,00	32,83	97,30	65,63	876,67	10.520,00
1	SECRETARIA	450,20	37,52	22,00	18,76	55,60	37,50	510,38	6.124,57
1	CONTADOR	562,75	46,90	22,00	23,45	69,50	46,88	632,48	7.589,71
1	CAPACITADOR	562,75	46,90	22,00	23,45	69,50	46,88	632,48	7.589,71
1	CAPACITADOR	562,75	46,90	22,00	23,45	69,50	46,88	632,48	7.589,71
1	CONSERJE	360,16	30,01	22,00	15,01	44,48	30,00	412,70	4.952,46
	TOTAL	3.286,49						3.697,18	44.366,16

Cuadro 27. Detalle De Gastos

CENTRO DE CAPACITACION						
DETALLE DE GASTOS						
GASTOS ADMINISTRATIVOS	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1 ADMINISTRADOR	723,05	8.676,60	9.649,69	9.931,26	10.221,28	10.520,00
1 SECRETARIA	422,60	5.071,20	5.627,25	5.788,15	5.953,87	6.124,57
1 CONTADOR	522,75	6.273,00	6.968,06	7.169,19	7.376,34	7.589,71
1 CAPACITADOR	522,75	6.273,00	6.968,06	7.169,19	7.376,34	7.589,71
1 CAPACITADOR	522,75	6.273,00	6.968,06	7.169,19	7.376,34	7.589,71
1 CONSERJE	342,48	4.109,76	4.554,60	4.683,32	4.815,90	4.952,46
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	3.056,38	36.676,56	40.735,73	41.910,29	43.120,07	44.366,16
GASTOS DE GENERALES	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AGUA	12,00	100,00	103,00	106,09	109,27	112,55
ENERGIA ELECTRICA	45,00	595,00	612,85	631,24	650,17	669,68
TELEFONO	50,00	600,00	618,00	636,54	655,64	675,31
ALQUILER	500,00	6.000,00	6.180,00	6.365,40	6.556,36	6.753,05
SERVICIOS DE INTERNET	40,00	480,00	494,40	509,23	524,51	540,24
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	250,00	250,00	80,00	82,40	84,87	87,42
SUMINISTROS	175,00	325,00	334,75	344,79	355,14	365,79
DEP. MUEBLES Y ENSERES	14,75	177,00	177,00	177,00	177,00	177,00
DEP. DE EQUIPO DE COMPUTO	422,81	5.073,75	5.073,75	5.073,75		
DEP. DE EQUIPO DE OFICINA	15,83	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00
TOTAL GASTOS GENERALES	1.525,40	13.790,75	13.863,75	14.116,44	9.302,96	9.571,04
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	4.581,78	50.467,31	54.599,48	56.026,73	52.423,04	53.937,20

Cuadro 28. Costo De Ventas

COSTO DE VENTAS								
CANT.	DETALLE	PRECIO	ENE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	PUBLICIDAD	1.000,00	1.000,00	6.500,00	6.695,00	6.895,85	7.102,73	7.315,81
	TOTAL		1000,00	6500,00	6695,00	6895,85	7102,73	7315,81

Cuadro 29. Presupuesto De Ingresos

		CENTRO DE CAPACITACIÓN								
		PRESUPUESTO DE INGRESOS								
		INGRESOS POR VENTA	VALOR	CANT	ENER	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
100,00	15	Branding Emocional	1500,00	2	3.000,00	36.000,00	37.800,00	39.690,00	41.674,50	43.758,23
		Virtual Marketing	80,00	3	240,00	2.880,00	3.024,00	3.175,20	3.333,96	3.500,66
		Marketing Comunitario	50,00	3	150,00	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
		Enggement Marketing	60,00	3	180,00	2.160,00	2.268,00	2.381,40	2.500,47	2.625,49
		Propuestas de Valor	80,00	4	320,00	3.840,00	4.032,00	4.233,60	4.445,28	4.667,54
		Innovación Tecnologica	80,00	3	240,00	2.880,00	3.024,00	3.175,20	3.333,96	3.500,66
		Tecnologgia de Vanguardia en los negocios	60,00	2	120,00	1.440,00	1.512,00	1.587,60	1.666,98	1.750,33
		Administración de relación con los clientes	50,00	2	100,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
		Tecnología de la información	70,00	1	70,00	840,00	882,00	926,10	972,41	1.021,03
		Infraestructura de Redes	60,00	4	240,00	2.880,00	3.024,00	3.175,20	3.333,96	3.500,66
		Desarrollo de Sistemas Informáticos	80,00	2	160,00	1.920,00	2.016,00	2.116,80	2.222,64	2.333,77
		Estrategias de Información tecnológicas	80,00	2	160,00	1.920,00	2.016,00	2.116,80	2.222,64	2.333,77
		Tecnología de Apoyo a la toma de decisiones	50,00	3	150,00	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
		Uso de Programas Contables	60,00	4	240,00	2.880,00	3.024,00	3.175,20	3.333,96	3.500,66
		Sistemas de apoyo a ejecutivos	50,00	2	100,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
		TOTAL DE INGRESOS			5.470,00	65.640,00	68.922,00	72.368,10	75.986,51	79.785,83

Cuadro 30. Inversión

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	1.770,00
EQUIPO DE COMPUTACION	15.375,00
EQUIPO DE OFICINA	1.900,00
CAJA BANCOS	2.000,00
TOTAL DE LA INVERSION	21.045,00

Cuadro 31. Financiamiento Del Proyecto

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		21.045,00
Financiado	50%	10.522,50
Aporte Propio	50%	10.522,50
		21.045,00

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	14%	0,14
		0,14

Cuadro 32. Tabla De Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
Capital (k)	10522,50			
Interés Anual (i - a)	16	%		0,03
Interés Mensual (i)	0,01			1,21
Plazo de Préstamo en Años	5			
Números de Pagos al Año	12			
Números Total de Pagos	60			
Tasa Fija	255,89			SALDO
# Pagos	ABONO k	ABONO i	DIVIDENDOS	CAPITAL
0				10.522,50
1	115,59	140,30	255,89	10.406,91
2	117,13	138,76	255,89	10.289,79
3	118,69	137,20	255,89	10.171,10
4	120,27	135,61	255,89	10.050,82
5	121,88	134,01	255,89	9.928,95
6	123,50	132,39	255,89	9.805,45
7	125,15	130,74	255,89	9.680,30
8	126,82	129,07	255,89	9.553,48
9	128,51	127,38	255,89	9.424,98
10	130,22	125,67	255,89	9.294,76
11	131,96	123,93	255,89	9.162,80
12	133,72	122,17	255,89	9.029,08
13	135,50	120,39	255,89	8.893,58
14	137,31	118,58	255,89	8.756,28
15	139,14		255,89	8.617,14

		116,75		
16	140,99	114,90	255,89	8.476,15
17	142,87	113,02	255,89	8.333,28
18	144,78	111,11	255,89	8.188,50
19	146,71	109,18	255,89	8.041,80
20	148,66	107,22	255,89	7.893,13
21	150,64	105,24	255,89	7.742,49
22	152,65	103,23	255,89	7.589,83
23	154,69	101,20	255,89	7.435,15
24	156,75	99,14	255,89	7.278,39
25	158,84	97,05	255,89	7.119,55
26	160,96	94,93	255,89	6.958,59
27	163,11	92,78	255,89	6.795,49
28	165,28	90,61	255,89	6.630,21
29	167,48	88,40	255,89	6.462,72
30	169,72	86,17	255,89	6.293,01
31	171,98	83,91	255,89	6.121,03
32	174,27	81,61	255,89	5.946,75
33	176,60	79,29	255,89	5.770,16
34	178,95	76,94	255,89	5.591,21
35	181,34	74,55	255,89	5.409,87
36	183,76	72,13	255,89	5.226,11
37	186,21	69,68	255,89	5.039,91
38	188,69	67,20	255,89	4.851,22
39	191,20	64,68	255,89	4.660,02
40	193,75	62,13	255,89	4.466,26
41	196,34	59,55	255,89	4.269,93
42	198,95	56,93	255,89	4.070,97
43	201,61	54,28	255,89	3.869,36
44	204,30	51,59	255,89	3.665,07
45	207,02	48,87	255,89	3.458,05
46	209,78	46,11	255,89	3.248,27
47	212,58	43,31	255,89	3.035,69
48	215,41	40,48	255,89	2.820,28
49	218,28	37,60	255,89	2.602,00
50	221,19	34,69	255,89	2.380,81
51	224,14	31,74	255,89	2.156,66
52	227,13	28,76	255,89	1.929,53
53	230,16	25,73	255,89	1.699,37
54	233,23	22,66	255,89	1.466,15
55	236,34	19,55	255,89	1.229,81
56	239,49	16,40	255,89	990,32
57	242,68	13,20	255,89	747,64
58	245,92	9,97	255,89	501,72
59	249,20	6,69	255,89	252,52
60	252,52	3,37	255,89	0,00

Cuadro 33. Estado De Perdidas Y Ganacias Proyectado

CENTRO DE CAPACITACIÓN								
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO								
	ENE.	FEB.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	5.470,00	5.470,00	65.640,00	68.922,00	72.368,10	75.986,51	79.785,83	362.702,44
(-) COSTO DE VENTAS	1.000,00	500,00	6.500,00	6.695,00	6.895,85	7.102,73	7.315,81	34.509,38
UTILIDAD BRUTA	4.470,00	4.970,00	59.140,00	62.227,00	65.472,25	68.883,78	72.470,02	328.193,05
COSTOS INDIRECTOS	4.581,78	4.157,78	50.467,31	54.599,48	56.026,73	52.423,04	53.937,20	267.453,75
UTILIDAD OPERACIONAL	-111,78	812,22	8.672,69	7.627,52	9.445,52	16.460,74	18.532,83	60.739,30
(-) GASTOS FINANCIEROS	140,30	138,76	1.577,22	1.319,95	1.018,36	664,81	250,36	4.830,71
UTILIDAD ANTES PART. IMP	-252,08	673,47	7.095,47	6.307,56	8.427,16	15.795,93	18.282,47	55.908,60
PARTICIPACION EMPLEADOS	0,00	0,00	1.064,32	946,13	1.264,07	2.369,39	2.742,37	8.386,29
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	-252,08	673,47	6.031,15	5.361,43	7.163,09	13.426,54	15.540,10	47.522,31
IMPUESTO RENTA	0,00	0,00	1.326,85	1.179,51	1.575,88	2.953,84	3.418,82	20.266,87
UTILIDAD NETA	-252,08	673,47	4.704,29	4.181,91	5.587,21	10.472,70	12.121,28	35.641,73

Cuadro 34. Flujo De Caja Proyectado

CENTRO DE CAPACITACIÓN							
FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	65.640,00	68.922,00	72.368,10	75.986,51	79.785,83	362.702,44
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		65.640,00	68.922,00	72.368,10	75.986,51	79.785,83	362.702,44
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	21.045,00	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	36.676,56	40.735,73	41.910,29	43.120,07	44.366,16	206.808,81
GASTOS GENERALES	-	8.350,00	8.423,00	8.675,69	8.935,96	9.204,04	43.588,69
COSTO DIRECTO		6.500,00	6.695,00	6.895,85	7.102,73	7.315,81	34.509,38
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	1.064,32	946,13	1.264,07	2.369,39	2.742,37
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	1.326,85	1.179,51	1.575,88	2.953,84	3.418,82
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	21.045,00	51.526,56	58.244,91	59.607,47	61.998,71	66.209,23	291.068,08
FLUJO OPERATIVO	-21.045,00	14.113,44	10.677,09	12.760,63	13.987,79	13.576,60	65.115,55
INGRESOS NO OPERATIVOS	-	-	-	-	-	-	-
PRESTAMO BANCARIO	10.522,50	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	10.522,50	-		-		-	
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	1.493,42	1.750,69	2.052,28	2.405,83	2.820,28	10.522,50
PAGO DE INTERESES	-	1.577,22	1.319,95	1.018,36	664,81	250,36	4.830,71
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	3.070,64	3.070,64	3.070,64	3.070,64	3.070,64	15.353,21
FLUJO NETO NO OPERATIVO	10.522,50	-3.070,64	-3.070,64	-3.070,64	-3.070,64	-3.070,64	-15.353,21
FLUJO NETO	-10.522,50	11.042,80	7.606,45	9.689,98	10.917,15	10.505,96	49.762,34
SALDO INICIAL		2.000,00					
FLUJO ACUMULADO	-	13.042,80	20.649,25	30.339,24	41.256,39	51.762,34	

Cuadro 35. Balance General

CENTRO DE CAPACITACIÓN					
BALANCE GENERAL					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE					
CAJA -BANCOS	13.042,80	20.649,25	30.339,24	41.256,39	51.762,34
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	13.042,80	20.649,25	30.339,24	41.256,39	51.762,34
ACTIVOS FIJOS	19045	19.045,00	19.045,00	19.045,00	19.045,00
DEPRECIAC. ACUMULADA	5.440,75	10.881,50	16.322,25	16.689,25	17.056,25
TOTAL DE ACTIVO FIJO	13.604,25	8.163,50	2.722,75	2.355,75	1.988,75
TOTAL DE ACTIVOS	26.647,05	28.812,75	33.061,99	43.612,14	53.751,09
PASIVO					
CORRIENTE					
PRESTAMO	9.029,08	7.278,39	5.226,11	2.820,28	0,00
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	1.064,32	946,13	1.264,07	2.369,39	2.742,37
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	1.326,85	1.179,51	1.575,88	2.953,84	3.418,82
TOTAL PASIVO	11.420,26	9.404,04	8.066,07	8.143,51	6.161,19
PATRIMONIO					
APORTE CAPITAL	10.522,50	10.522,50	10.522,50	10.522,50	10.522,50
UTILIDAD DEL EJERCICIO	4.704,29	4.181,91	5.587,21	10.472,70	12.121,28
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	4.704,29	8.886,21	14.473,42	24.946,12
TOTAL PATRIMONIO	15.226,79	19.408,71	24.995,92	35.468,62	47.589,90
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	26.647,05	28.812,75	33.061,99	43.612,14	53.751,09

Cuadro 36. Indices Financieros

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos operativos	-21.045,00	14.113,44	10.677,09	12.760,63	13.987,79	13.576,60

Cuadro 37. Tasa De Descuento

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	12,00%

Cuadro 38. Tasa De Rendimiento Promedio Y De Retorno

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	65.115,55
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	21.045,00
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	61,88%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		46.788,98
VAN	POSITIVO	25.743,98
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1,82
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	81,75
TASA INTERNA DE RETORNO		55%

A haber realizado los correspondientes análisis y haber efectuado nuestra proyección de costos, gastos e ingresos nuestros estados financieros nos arrojan resultados que son legalmente favorables, lo que en definitiva nos demuestra que nuestra propuesta es rentable ya que va depender del buen manejo y aplicación de las distintas estrategias que fortalecerá de alguna u otra manera para su posicionamiento en el mercado local

Cabe recalcar que se tuvo que acceder a un financiamiento, con el fin de poder cubrir con altos cotos de inicio, los cuales ascienden a \$ 10522,50 esta inversión de por si se financiara en un 50% con una tasa capitalizable anualmente.

La tasa interna de retorno de los flujos netos representados por el número del interés será producida por el argumento de valores y equivale al interés producida por un proyecto.

Calcular el respectivo valor neto de la inversión a partir de la tasa de descuento y una serie de pagos futuros.

El VAN que arroja de por si es de \$25.743,98 lo cual nos demuestra que bajo las condiciones de análisis el negocio es rentable.

Mientras su TIR es de un 55% lo que nos indica que vamos a obtener más de lo que hemos invertido y tendremos una acelerada recuperación de la inversión ya que tenemos un descuento del 12%.

El 61,88% es el rendimiento neto del negocio lo cual nos verifica que nuestra propuesta resulta positiva. El índice de rentabilidad es de 1.82 lo que indica que por cada dólar que invierto voy a obtener 0.82 centavos de rentabilidad.

El negocio de por sí demuestra rentabilidad independiente al escenario propuesto, sin embargo el logro de los resultados del escenario positivo propuesto será el logro de los resultados del escenario positivo, la cual dependerá mucho del buen manejo de sus recursos como de la aplicación de las estrategias la cual potenciara su participación en el mercado local.

5.7.3 Impacto

- Se ofrecerá servicio de calidad garantizando la confianza que nos proporciona este sector de las PYMES, con el fin de lograr el desarrollo empresarial tecnológico de los negocios del sector local.
- Con la nueva apertura del negocio dará nuevas plazas de trabajo a los ciudadanos, de tal manera contribuya a disminuir el índice de desempleo, aportando al desarrollo económico empresarial de la Ciudad de Milagro.
- La capacitación es una excelente alternativa para incrementar el movimiento económico del sector comercial de la ciudad de Milagro, haciendo de esta plaza muy atractiva en cuanto a la demanda que existe y generadora de rentabilidad.
- Al ofrecer este servicio ante las medidas establecidas en la evaluación financiera, el Centro de Capacitación "TECGOLBAL" podrá mantener un alto nivel de ingresos las cuales le permitirán cumplir con todas las expectativas trazadas.

5.7.4 Cronograma.

Cuadro 39. Cronograma de Actividades.

ACTIVIDADES	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Lugar de ubicación	■	■	■																													
Mobiliario y decoración				■	■	■	■																									
Trámites financieros								■	■	■	■																					
Estrategias de Publicidad									■	■	■																					
Distribución de publicidad												■	■	■																		
Selección del personal																■	■	■	■													
Inauguración																	■	■	■	■												
Movimientos económicos																					■	■	■									
Resultados																									■	■	■	■				

Elaborado por: Coloma Katherine – Garzón Sandy

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

Una vez realizada la encuesta la cual fue dirigida a los Microempresarios de las diferentes áreas de las PYMES para poder saber de una u otra manera; directa como consideraban la presencia de esta nueva alternativa la cual conlleva a una mejora en el uso apropiado de herramientas tecnológicas para una atención a clientes de calidad como también la estabilidad y competencia en los microempresarios mejorando los procesos y la adecuada toma de decisiones la capacitación de los microempresarios en su mejora de conocimientos en base a tecnología, con el propósito de posicionar la capacitación se realizó un estudio de mercado para poder identificar la competencia directa como indirecta, donde se obtuvo información veraz sobre el tema planteado.

CONCLUSIONES

- Los encuestados probaron que las diferentes capacitaciones ayudan a fortalecer sus conocimientos en base a tecnología puesto que día a día existen nuevas tendencias tecnológicas la cual incluyen en beneficios para los diferentes microempresarios de las PYMES.
- Considerando una gran oportunidad la Creación de TECGLOBAL nuestro Centro de Capacitación Tecnológica dirigido a los Administradores de la Ciudad de Milagro que se dedican a brindar servicios de diferentes áreas de las PYMES.
- En la actualidad el sector de las PYMES se ha vuelto un mercado muy competitivo, por lo cual es necesario innovar como implementar estrategias con bases tecnológicas para sobresalir de las demás y poseer una alta capacidad de competencia, generando fuentes de trabajo en este sector comercial lo que beneficiaría en gran parte a este cantón.

RECOMENDACIONES

- Es recomendable que en este tipo de sector de las PYMES necesitan estar en constante actualización en cuanto a las nuevas tendencias tecnológicas que se presentan en el día a día la cual pueden ayudarte a tener un mejor desempeño y posicionamiento en el mercado.
- Utilizar los medios publicitarios detallados en el Marketing Mix, para así no disminuir su participación en el mercado local, implementando la capacitación necesaria a fin de contribuir con los microempresarios y la sociedad en general adaptándose a las nuevas tendencias tecnológicas al igual que ser más competitivos en el área local.

BIBLIOGRAFÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

- AGUAYO, Pedro, y, MENDOZA, Sandra: *“Acción para el Desarrollo Local”*, Revista *“Al Andar”*, Mº 2, Ecuador, Octubre 2006, pp. 5-19.
- ALBIZU, E: *Dirección Estratégica de los Recursos Humanos, teoría y práctica*, Edit. Pirámide, España – Madrid, 2010.
- BENAVIDES, C., QUINTANA, C: *Gestión del Conocimiento y Calidad Total*, Ed. Díaz de Santos, España - Madrid, 2003
- CALDERON, H. Gregorio: *Observatorio de Prácticas innovadoras de gestión humana en empresa colombiana. Ponencia producto de la investigación del mismo nombre, Octavo congreso Nacional y Cuarto Internacional de la Red de Investigación y Docencia sobre innovación tecnológica*, DIRCOM, España, 24, noviembre, 2010
- CELY S, Nathalie: *Propuesta para mejorar la productividad e innovación de las MIPYMES*
http://grupofaro.org/ciudadanizando/propuestas/productividad_web.pdf,
extraído Ecuador, Noviembre 2012
- CERTO, Samuel C: *Administración Moderna*, 8va Edición Editorial Pearson Educación de Colombia Ltda., Bogotá, 2001
- CODIGO TRIBUTARIO ECUADOR, *Obligaciones tributarias, disposiciones generales*, extraído, noviembre 2012.
- CLAVER COTES, Enrique: *Estrategias de internalización de las empresas*, Editorial Club Universitario, Ecuador, 1998
- ECO. FERNANDEZ Mario. Director de Proyecto. *“ Diagnosticar Desarrollo Productivo y Socioeconómico y Análisis de Factibilidad para Interacción Institucional de Fortalecimiento”*
- EL MERCURIO, *Creación de centro de capacitación tecnológica*, Cuenca, Marzo 13, 2010, [http:// www.elmercurio.com.ec](http://www.elmercurio.com.ec), Extraído, Noviembre 2012
- FERNANDEZ SANCHEZ, José Manuel: VÁZQUEZ ORDAZ, Camilo José: *La competitividad de la empresa: un enfoque basado en la teoría de los recursos*, Editorial Servicio de Publicaciones Universidad de Oviedo, España 2006.

- GARCÍA MENÉNDEZ, Cristal: *El Impacto Que Ha Tenido La Tecnología De Información En Las Áreas De Contabilidad Y Fiscal*, <http://www.gestiopolis.com>, extraído, noviembre 2012.
- LEY ORGANICA DE REGIMEN MUNICIPAL, codificación [http://www.daule.gob.ec/Portals/0/Transparencia/Ley Organica.pdf](http://www.daule.gob.ec/Portals/0/Transparencia/Ley%20Organica.pdf), extraído, Noviembre 2012.
- MARTINEZ, Adriana: *Innovación y Competitividad en la sociedad del Conocimiento*, Editorial Plaza Valdez, México, 2009.
- Ministerio de Coordinación de la producción, Empleo y la Competitividad, <http://www.produccion.gob.ec>, Noviembre, 2013.
- MULTIPLICA, *Tipificación y Evaluación de Impacto de programas de desarrollo empresarial en Ecuador*, Octubre 2004
- RODRIGUEZ CALENCIA, Joaquín: *Decisiones gerenciales Efectivas*, Editorial Trillas, Guayaquil-Ecuador, 1996.
- SECAP, *El Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional, Ecuador*, Noviembre, 2012, <http://www.secap.gob.ec/index.php/inicio>
- SRI, Servicios de Rentas Internas, Ecuador, Noviembre, 2012, <http://www.sri.gob.ec>.
- Superintendencia de Compañías: <http://www.supercias.gob.ec>, Ecuador, extraído Noviembre 2012

白銀

Anexo 1.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

Esta Encuesta está dirigida a los dueños – administradores de las PYMES (, pequeñas y medianas empresas) del Cantón Milagro

Objetivo: La presente encuesta es poder conocer si existe manejo de la tecnología y su aplicación en las PYMES, como elemento para mejorar la competitividad de estos negocios.

Se pide honestidad y seriedad al momento de responder la encuesta y marcar con una X uno de los casilleros de la escala empleada (Likert).

ÍTEMS	5 Muy De Acuerdo	4 De Acuerdo	3 Indeciso	2 En desacuerdo	1 Muy en Desacuerdo
1.- ¿Todo negocio requiere de tecnología (computadoras) para desempeñarse con la competitividad?					
2.- La mayoría de PYMES están administradas por personas que escusamente manejan la tecnología.					
3.- La tecnología es una herramienta que permite mejorar la competitividad de las PYMES; por lo tanto al no saber utilizarla se perderán oportunidades de desarrollo y crecimiento empresarial.					
4.- La administración de la mayoría de las PYMES milagreñas es tradicional.					
5.- Gran cantidad de PYMES de nuestra ciudad no aplican la tecnología administrativa porque sus dueños consideran que estos representa una gran inversión de capital.					
6.- El rendimiento económico de las PYMES milagreas, pocas veces se reinvierten en mejorar la administración con equipo tecnológico (computadoras).					
7.- Algunas PYMES no poseen herramientas y equipos tecnológicos para su administración porque sus dueños desconocen el manejo de las mismas.					

8.- La administración de las PYMES milagreñas se caracterizan por el escaso desarrollo y crecimiento que presentan estos negocios.

9.- Los dueños de algunas PYMES milagreñas sienten miedo o temor de emplear la tecnología en la administración.

10.- Los dueños de algunas PYMES milagreñas no han desarrollado una visión de negocios más ambiciosa, lo que ha detenido el crecimiento empresarial.

Anexo 2.

Encuestas Propuesta de la Creación de un Centro de Capacitación Tecnológica.



Anexo 3.



Anexo 4.



Anexo 5.



Anexo 6.

Ubicación del Lugar

Edificio Colveg



Anexo 8.



PATENTE

De Comerciantes, Industriales y otras
Actividades que se ejerzan en el Cantón

MUNICIPIO DE MILAGRO

De conformidad con el Capítulo VIII de la Ley de Regimen Municipal vigente y en uso de las atribuciones que concede la ordenanza Municipal para la aplicación y el cobro del Impuesto de Patentes, se confiere en esta fecha, la presente Patente para que pueda funcionar el establecimiento comercial.

Destinado a _____

Propiedad de _____ Cédula No.: _____

Situado en la calle _____

Queda obligado el propietario de este negocio a cumplir con las disposiciones y reglamentos pertinentes, bajo apercibimiento de ser sancionado, hasta con la usura.

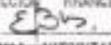
Esta Patente caduca el 31 de Diciembre del 2004

Registro No.:

Nº 0005612

VALOR US\$ 2.00

MUNICIPALIDAD MILAGRO
DIRECCION FINANCIERA



FIRMA AUTORIZADA
Director Financiero

VALOR DE ESPECIE US\$ 2.00

Nº 0005625



MUNICIPIO DE MILAGRO

Declaración Individual del Impuesto del 1,5 por mil sobre el capital en giro, de acuerdo a disposiciones legales del decreto 153 del R. O. No. 662 de Enero 16/64.

Año 2004

SELLO DEL R.U.C.

Registro Económico al que
Corresponde la Declaración

Desde: _____
Hasta el 31 de Diciembre del 200__

Espacio Reservado para el
Municipio de Milagro

Número de la
Declaración

01 IDENTIFICACION DEL CONTRIBUYENTE

01 Apellido Paterno		02 Apellido Materno		03 Nombres		04 Cédula Identidad	
05 Lugar de Nacimiento		06 Fecha de Nacimiento		07 Nacionalidad		08 Sexo M () F ()	
10 Domicilio Ciudad		11 Calle		12 No.		13 Provincia	
15 Teléfono		16 Casilla		17 Actividades Económicas		16 Título Profesional	

01 IMPUESTOS A LOS CAPITALES

Capital	Valor	Impuesto Básico	Recargo	Total
Propio	01 \$	02 \$	03	04
Ajeno	05	06	07 - 5 ABR 2004	08
Otros	09	10	11	12
Total	13	14	15	16

Con pleno conocimiento de las penas por ocultamiento o Falsedad declaro que todas las informaciones contenidas En este formulario son veridicas, correctas y completas.

Firma del Declarante	Dirección Financiera	Lugar y Fecha de Presentación
	<p style="font-size: 8px;">MUNICIPALIDAD MILAGRO DIRECCION FINANCIERA</p>  <p style="font-size: 8px;">FIRMA AUTORIZADA</p>	<p>Milagro, _____</p>

Anexo 9.

TASA DE HABILITACION Y FUNCIONAMIENTO



Nº 0005612

MUNICIPIO DE MILAGRO

Milagro, _____ del 200__

La Dirección del DEPARTAMENTO MUNICIPAL DE SALUD PUBLICA E HIGIENE en uso de las atribuciones que le concede la Ley de Régimen Municipal vigente (Art. 164 y 398) extiende permiso ANUAL para que pueda funcionar el establecimiento destinado a _____

Clasificado como de _____ Categoría _____

De Propiedad _____ situado en _____

Queda obligado el propietario de este establecimiento a cumplir con las disposiciones y reglamentos pertinentes bajo percibimiento de ser sancionado hasta con la clausura en caso contrario.

Este permiso caduca el 31 de Diciembre del 200__

VALOR US\$ 2.00



MUNICIPALIDAD MILAGRO
DIRECCION FINANCIERA

EJ36
FIRMA AUTORIZADA

Director Financiero Municipal

Anexo 10.

PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS

CUERPO DE BOMBEROS DE MILAGRO
RUC. 0968513910001

 **DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN CONTRA INCENDIOS**
CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO
TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS

No. :	TASA :
FECHA:	TÍTULO :
AÑO :	RECARGO :
RUC :	TOTAL :
NOMBRES:	
DIRECCIÓN:	CATEGORÍA: PRIMERA
ACTIVIDAD:	

Este despacho en atención a la solicitud presentada y considerando que en el local se cumplen las disposiciones de la Ley de Defensa Contra Incendios, así como la documentación, se procede a extender la presente TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS.

Este documento debe ser exhibido en el lugar visible y presentado cuando fuera requerido.

Abnegación y Disciplina

JEFE DE PREVENCIÓN

SIEMPRE LISTOS PARA SERVIRTE MEJOR

03/2004 02:10:37 PM

SECRETARIA

19 MAR 2004

Anexo 11.

AFILIACIÓN A LA CÁMARA DE COMERCIO

			CAMARA DE COMERCIO DE MILAGRO
			Fundada el 10 de Septiembre de 1952 García Moreno y Chile (esquina) Telefax: 2-970181 R. U. C. 0992161809001 MILAGRO - ECUADOR
Recibo Oficial de Caja			Nº 0235
Fecha: _____			
Recibí de: _____			
CONCEPTO			VALOR
CUOTAS ORDINARIAS			
CUOTAS EXTRAORDINARIAS			
CHEQUE NO.	BANCO	CTA. CTE.	VALOR
TOTAL \$.			

NOTA: Este recibo firmado por el Agente autorizado, es el único documento que acredita la cancelación de cuotas.

 CAMARA DE COMERCIO DE MILAGRO

JOHNSON E. MORA ALMEIDA
(F) Recaudador

(F) Afiliado

Anexo 12.

 CÁMARA DE COMERCIO DE MILAGRO Fundada el 10 de Septiembre de 1.952 García Moreno y Chile (esquina) TELEFAX: 2970161 2975554 Email. Camaradecomercio.milagro@hotmail.com R.U.C. 0992161809001 MILAGRO – ECUADOR					
Afiliados a la Cámara de Comercio de Milagro que ofrecen servicio de Asesoría a las Empresas.					
NOMBRE	C. IDENTIDAD	DIRECCIÓN	TELÉFONO	NOMBRE COMERCIAL	NATULAREZA DEL COMERCIO
Vasquez Franco Jadira Stefani	O917198855	Cdla. Nuevo Milagro calle 12 de octubre y	2976-803	Vasquez Franco Jadira Stefani	Asesoría Contable a Empresas
Marin Mendieta Marjorie Jessenia	O927568923	Guayaquil S/N Rocafuerte a cuadra y	2973561	Marin Mendieta Marjorie Jessenia	Asesoría Contable a Empresas

Nota: En la ciudad de Milagro hay más Consultoras de Asesoría a Empresas pero no se encuentran afiliadas a nuestra institución.

CAPITULO I



The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
Analizar cómo afecta el desconocimiento de la tecnología por parte	OK
muchos los microempresarios de las diferentes PYMES que en esta	OK
acuerdo con las averiguaciones realizadas, en lo relativo a la	OK
Siendo esta herramienta fundamental para obtener una estabilidad en el	OK
Miedo a incursionar en actividades administrativas que empleen tecn...	OK
inconveniente persiste tendremos como consecuencia un bajo nivel c...	OK
herramienta ayudara a obtener grandes oportunidades de crecimient...	OK
¿Cómo afecta el desconocimiento de la tecnología por parte de	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

CAPITULO II



The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
Ministerio de Comercio Exterior, Ministerio de Finanzas, CORPEI, FU...	OK
único estudio actualizado al 2004 sobre la competitividad de las	OK
principales factores que afectan la productividad de las organizacione...	OK
globalización económica promueve una nueva forma de competitivida...	OK
actuales potencias económicas y las nuevas potencias emergentes, r...	OK
política fue sancionada mediante decreto ejecutivo sancionado en En...	OK
Lasprilla realiza un ranking por competitividad delas MIPYMES, el que	OK
ejecutivos de cualquier empresa -pequeña, mediana o grande- es ide...	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

© 2002-2010 by Brian Klug - [Contact](#)



The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
Filosofías: Conjunto de concepciones sobre los principios y las causas	OK
Formulación: Conjunto de normas que sirven para escribir correctame...	OK
Infraestructura: Acumulado de servicios primordiales para el funciona...	OK
Trascendentales: Se aplica al hecho que tiene consecuencias muy im...	OK
Estrategia: conjunto de principios y rutas fundamentales que orientara...	OK
Responsabilidad limitada: Limitada al capital aportado, y por lo tanto,	OK
Esenciales: Relativo a la esencia (características permanentes): la int...	OK
Convenios: Acuerdo entre dos o más grupos sociales o instituciones	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

© 2002-2010 by Brian Klug - [Contact](#)

Anexo 15.



The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
Desconocimiento de la tecnología La falta de conocimiento sobre la	OK
permanecer en un status quo administrativo es el resultado del	OK
administrativa Los recursos tecnológicos contribuyen a la competitivid...	OK
permanecer en un status quo administrativo es el resultado del	OK
Visión de desarrollo y progreso Pretenden identificar las condiciones ...	OK
trata especialmente de examinar, registrar, ordenar, conservar	OK
Dependiente Actividades administrativas que empleen tecnología	OK
Mayor inversión de capital para aplicar tecnología administrativa	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

© 2002-2010 by Brian Klug - [Contact](#)

CAPITULO III



The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
nuestros encuestados aseguraron que los microempresarios carecen...	OK
personas por lo general buscan establecimientos que generen mejor ...	OK
Realizada la encuesta a los diferentes microempresarios de las difer...	OK
notable que muchas de estos locales cuentan con microempresarios ...	OK
grandes ciudades como Guayaquil, el sector PYMES genera más co...	OK
podemos expulsar que nuestros microempresarios están conscientes...	OK
presente investigación las características finales de la población son ...	OK
Microempresarios les resulta de acuerdo con un 41% la existencia	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

© 2002-2010 by Brian Klug - [Contact](#)

CAPITULO IV



The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
podemos expulsar que nuestros microempresarios están conscientes...	OK
nuestros encuestados aseguraron que los microempresarios carecen...	OK
notable que muchas de estos locales cuentan con microempresarios ...	OK
proceso de la encuesta permitió conocer que los microempresarios en	OK
Microempresarios les resulta de acuerdo con un 41% la existencia	OK
resultados podemos reiterar que los microempresarios con un 45%	OK
Realizada la encuesta a los diferentes microempresarios de las difer...	OK
grandes ciudades como Guayaquil, el sector PYMES genera más co...	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

© 2002-2010 by Brian Klug - [Contact](#)

CAPITULO V



The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
Lealtad, Honestidad, Responsabilidad Respeto y excelentes relacion...	OK
comprende un sinnúmero de acciones tanto educativas y administrati...	OK
Ofrecemos capacitaciones para fortalecer tu negocio desarrollando e...	OK
Capacitar a los microempresarios dependiendo de sus necesidades ...	OK
Desarrollamos las condiciones necesarias para que los Microempres...	OK
Capacitar a los microempresarios sobre los diversos sistemas integr...	OK
haber realizado los correspondientes análisis y haber efectuado nuest...	OK
utilizara un material publicitario para obtener reconocimiento y posicio...	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

© 2002-2010 by Brian Klug - [Contact](#)