



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**FACULTAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
COMERCIALES**

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

**TÍTULO DE LA TESIS**

**Análisis de la Matriz Productiva y su influencia en los Factores Internos  
de las PYMES del Cantón Milagro, 2014-2015.**

**AUTORES:**

Cabrera Veliz Stefany Narcisa

López Cortez Washington Jonathan

**MILAGRO, MARZO 2015**

**ECUADOR**

## **ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por Stefany Narcisa Cabrera Veliz y Washington Jonathan López Cortez, para optar al título de Ingenieras Comerciales y que acepto tutoriar a los estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 23 días del mes de Marzo del 2015

.....  
MAE. Xiomara Zúñiga Santillán

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

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

Milagro, a los 23 días del mes de Marzo del 2015

Stefany Cabrera Veliz

Washington López Cortez

---

Firma de la egresada  
CI: 092909522-2

---

Firma del egresado  
CI: 092799801-3

## CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

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

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

---

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

---

PROFESOR DELEGADO

---

PROFESOR SECRETARIO

## CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

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

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

---

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

---

PROFESOR DELEGADO

---

PROFESOR SECRETARIO

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones. A mi padre, que cuento siempre con su apoyo incondicional, a mi hermano y a toda mi familia gracias por su apoyo.

Stefany Cabrera Veliz

---

Firma del egresado (a)

CI: 092909522-2

## DEDICATORIA

Este trabajo de investigación está dedicado especialmente a Dios por haberme permitido llegar hasta esta instancia de la vida. A mis padres y hermanos que han sido cimiento fundamental en mi vida, quienes con ardua abnegación y lucha depositaron en mí su confianza durante esta larga etapa de mi vida profesional y hoy pueden observar los frutos de su sacrificio con orgullo.

Washington Jonathan López Cortez

---

Firma del egresado (a)

CI: 092799801-3

## AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por la vida que nos ha dado por guiarnos en el camino del bien, darnos sabiduría y entendimiento hasta llegar a culminar nuestra meta deseada. A nuestros padres por inculcarnos buenos valores ya que solo así se puede alcanzar el éxito. Además dejamos constancia de nuestros agradecimientos a las siguientes instituciones y personas:

- ✓ A la Universidad Estatal de Milagro
- ✓ Al Rector Ing. Fabricio Guevara Viejó, MAE:
- ✓ Al Decano Ing. Washington Guevara, MBA
- ✓ Al Tutor MAE. Xiomara Zúñiga Santillán

También agradecemos a los docentes quienes impartieron sus sabias enseñanzas porque a través de la ayuda de ellos pudimos llegar a ser buenos elementos para la sociedad y por último agradecemos a nuestros compañeros y personas que de una u otra manera nos supieron brindar su apoyo a lo largo de nuestra carrera universitaria.

Stefany Narcisca Cabrera Veliz

Washington Jonathan López Cortez

---

Firma de la egresada  
CI: 092909522-2

---

Firma del egresado  
CI: 092799801-3

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ing. Fabricio Guevara Viejó, MAE:

---

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue “Análisis de la Matriz Productiva y su influencia en los Factores Internos de las PYMES del Cantón Milagro, 2014-2015”, y que corresponde a la Facultad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, a los 23 días del mes de Marzo del 2015

Stefany Narcisa Cabrera Veliz

Washington Jonathan López Cortez

---

Firma de la egresada  
CI: 092909522-2

---

Firma del egresado  
CI: 092799801-3

# PÁGINAS PRELIMINARES

Página de carátula o portada	i
Página de constancia de aceptación por el tutor	ii
Página de declaración de autoría de la investigación	iii
Página de certificación de la defensa (calificación)	iv
Página de dedicatoria	vi
Página de agradecimiento	viii
Página de cesión de derechos del autor a la UNEMI	ix
Índice General	x
Índice de cuadros	xiii
Índice de figuras	xvi
Resumen	xix

## INDICE GENERAL

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>CAPITULO I</b>	<b>2</b>
<b>PROBLEMA</b>	<b>2</b>
<b>1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>2</b>
1.1.1. Problematización	2
1.1.2. Delimitaciones del problema	4
<b>Delimitación Espacial:</b>	<b>4</b>
1.1.3. Formulación del problema	5
1.1.4. Sistematización del problema	5
1.1.5. Determinación del tema	5
<b>1.2. OBJETIVOS</b>	<b>5</b>
1.2.1. Objetivo general	5
1.2.2. Objetivos específicos	5
<b>1.3. JUSTIFICACION</b>	<b>6</b>
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>9</b>
<b>MARCO REFERENCIAL</b>	<b>9</b>
<b>2.1. MARCO TEÓRICO</b>	<b>9</b>
2.1.1. Antecedentes Históricos	9

2.1.2.	Antecedentes Referenciales -----	11
2.1.3.	Fundamentación Teórica -----	17
<b>2.2.</b>	<b>MARCO LEGAL -----</b>	<b>41</b>
<b>2.3.</b>	<b>MARCO CONCEPTUAL -----</b>	<b>47</b>
<b>2.4.</b>	<b>HIPÓTESIS Y VARIABLES -----</b>	<b>48</b>
2.4.1.	Hipótesis General -----	48
2.4.2.	Hipótesis Específicas: -----	48
2.4.3.	Determinación de las Variables: -----	49
2.4.4.	Operacionalización de las Variables -----	50
<b>CAPÍTULO III</b>	<b>-----</b>	<b>51</b>
<b>MARCO METODOLÓGICO</b>	<b>-----</b>	<b>51</b>
<b>3.1.</b>	<b>TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN -----</b>	<b>51</b>
<b>3.2.</b>	<b>LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA -----</b>	<b>53</b>
3.2.1.	Características de la población -----	53
3.2.2.	Delimitación de la población -----	54
3.2.3.	Tipo de muestra -----	55
3.2.4.	Tamaño de la muestra -----	55
3.2.5.	Proceso de Selección -----	57
<b>3.3.</b>	<b>LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS -----</b>	<b>57</b>
3.3.1.	Métodos teóricos -----	57
3.3.2.	Métodos empíricos -----	59
3.3.3.	Técnicas e instrumentos -----	59
<b>3.4.</b>	<b>PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN. - -----</b>	<b>60</b>
<b>CAPÍTULO IV</b>	<b>-----</b>	<b>61</b>
<b>ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS</b>	<b>-----</b>	<b>61</b>
<b>4.1.</b>	<b>Análisis de la situación actual -----</b>	<b>61</b>

<b>4.2. ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS ---</b>	<b>99</b>
<b>4.3. RESULTADOS -----</b>	<b>103</b>
<b>4.4. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS -----</b>	<b>106</b>
<b>CAPÍTULO V -----</b>	<b>107</b>
<b>PROPUESTA-----</b>	<b>107</b>
<b>5.1. TEMA -----</b>	<b>107</b>
<b>5.2. FUNDAMENTACIÓN-----</b>	<b>107</b>
<b>5.3. JUSTIFICACIÓN -----</b>	<b>110</b>
<b>5.4. OBJETIVOS-----</b>	<b>110</b>
5.4.1. Objetivo General de la propuesta -----	110
5.4.2. Objetivos Específicos de la propuesta -----	111
<b>5.5. UBICACIÓN -----</b>	<b>111</b>
<b>5.6. FACTIBILIDAD -----</b>	<b>112</b>
<b>5.7. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA -----</b>	<b>112</b>
5.7.1. Actividades-----	112
5.7.2. Recursos, Análisis Financiero-----	130
5.7.3. Impacto -----	133
5.7.4. Cronograma -----	134
5.7.5. Lineamiento para evaluar la propuesta -----	135
<b>CONCLUSIONES:-----</b>	<b>136</b>
<b>RECOMENDACIONES:-----</b>	<b>138</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA -----</b>	<b>139</b>
<b>ANEXOS -----</b>	<b>147</b>

## INDICE DE CUADROS

<b>CUADRO 1.</b> OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	50
<b>CUADRO 2.</b> MUESTRA DE LA PYMES MILAGREÑAS.....	56
<b>CUADRO 3.</b> MUESTRA DE LA PYMES MILAGREÑAS POR TAMAÑO.....	56
<b>CUADRO 4.</b> NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE LA MATRIZ PRODUCTIVA Y SU EFECTO EN LAS PYMES.....	61
<b>CUADRO 5.</b> OPINIÓN ACERCA DE QUE LOS FACTORES POSITIVOS SUPERAN A LOS NEGATIVOS EN LAS PYMES.....	63
<b>CUADRO 6.</b> INFLUENCIA DE CAMBIOS DE LA NUEVA MATRIZ PRODUCTIVA, EN LOS FACTORES INTERNOS DE LAS PYMES. ....	64
<b>CUADRO 7.</b> NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE LA NECESIDAD DE LA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN EN LAS PYMES. ....	65
<b>CUADRO 8.</b> MEJORAMIENTO QUE SE IMPULSA A TRAVÉS DE UNA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN MEDIANTE UNA GESTIÓN ESTRATÉGICA. ....	67
<b>CUADRO 9.</b> INFORMACIÓN ACERCA DE LA TECNOLOGÍA Y LA SUPERACIÓN DE LOS NEGOCIOS.....	68
<b>CUADRO 10.</b> CONTRIBUCIÓN EN LOS PROCESOS INNOVADORES COMO APORTE A LA MATRIZ PRODUCTIVA.....	69
<b>CUADRO 11.</b> BASE FUNDAMENTAL EN LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EN CUANTO A LA ADMINISTRACIÓN DE LAS PYMES.....	71
<b>CUADRO 12.</b> OPINIÓN ACTUAL ACERCA DE LA INNOVACIÓN AL TRABAJAR DE FORMA PLANIFICADA.....	72
<b>CUADRO 13.</b> NIVEL DE CALIDAD CON QUE TRABAJA LAS PYMES.....	73
<b>CUADRO 14.</b> CONOCIMIENTO EN CUANTO A LA EXPORTACIÓN DE LAS PYMES. ....	75
<b>CUADRO 15.</b> CARACTERÍSTICAS NECESARIAS PARA LA EXPORTACIÓN A OTROS PAÍSES.....	76

<b>CUADRO 16.</b> INCREMENTO DE EXPORTACIÓN SI TUVIESE APOYO DEL GOBIERNO. ....	77
<b>CUADRO 17.</b> CONOCIMIENTO SOBRE LA DIVERSIFICACIÓN Y MEJOR SERVICIO AL CLIENTE DE ACUERDO A LA INFRAESTRUCTURA.....	79
<b>CUADRO 18.</b> NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE TEMAS DE FINANCIAMIENTO QUE SE ENCUENTRA APORTANDO EL GOBIERNO. ....	80
<b>CUADRO 19.</b> CONOCIMIENTO SOBRE EL FINANCIAMIENTO QUE SE TIENE PARA INVERTIR EN LA INFRAESTRUCTURA DE LAS PYMES.	81
<b>CUADRO 20.</b> OPINIÓN SOBRE EL HECHO DE QUE LAS PYMES POSEEN MÁS FORTALEZAS QUE DEBILIDADES. ....	83
<b>CUADRO 21.</b> INFORMACIÓN SOBRE LAS FORTALEZAS DE LAS PYMES Y LA SATISFACCIÓN QUE LES PUEDE BRINDAR A LOS CLIENTES.....	84
<b>CUADRO 22.</b> OPINIÓN ACERCA DE LAS FORTALEZAS QUE REQUIEREN LAS PYMES PARA CONSOLIDARSE EN EL MERCADO.....	86
<b>CUADRO 23.</b> IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN EN CADA UNA DE LA PYMES PARA UN SERVICIO MÁS RÁPIDO HACIA LOS CLIENTES. ....	87
<b>CUADRO 24.</b> INFORMACIÓN SOBRE EL NIVEL DE TECNOLOGÍA EN LAS PYMES. ....	88
<b>CUADRO 25.</b> IMPORTANCIA DE LA INNOVACIÓN EN LAS PYMES MILAGREÑAS. ....	90
<b>CUADRO 26.</b> CALIFICACIÓN SOBRE LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS Y LOS SERVICIOS QUE OFRECEN LAS PYMES.....	91
<b>CUADRO 27.</b> CONOCIMIENTO DE LOS SERVICIOS QUE BRINDAN SATISFACCIÓN A LOS CLIENTES .....	92
<b>CUADRO 28.</b> CONOCIMIENTO DE LOS FINANCIAMIENTOS QUE DA EL GOBIERNO PARA INVERTIR EN INFRAESTRUCTURA DE LAS PYMES. ....	94

<b>CUADRO 29. VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL Y PARTICULARES.</b> .....	106
<b>CUADRO 30. REJILLA FO.</b> .....	116
<b>CUADRO 31. REJILLA FA.</b> .....	116
<b>CUADRO 32. REJILLA DO</b> .....	117
<b>CUADRO 33. REJILLA DA.</b> .....	117
<b>CUADRO 34. ANÁLISIS FODA.</b> .....	118
<b>CUADRO 35. CUADRO SOBRE BARRERA DE ENTRADA</b> .....	119
<b>CUADRO 36. CUADRO SOBRE PRODUCTO SUSTITUTO</b> .....	120
<b>CUADRO 37. CUADRO SOBRE LA RIVALIDAD</b> .....	120
<b>CUADRO 38. CUADRO SOBRE PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES</b> .....	121
<b>CUADRO 39. CUADRO SOBRE PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES.</b> .....	121
<b>CUADRO 40. CUADRO SOBRE LA ATRACTIVIDAD DEL SECTOR DE LA PYMES.</b> .....	122
<b>CUADRO 41. CUADRO DE MANDO INTEGRAL</b> .....	126
<b>CUADRO 42. PRESUPUESTO DEL PLAN ESTRATÉGICO.</b> .....	127
<b>CUADRO 43. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE LA PROPUESTA</b> .....	128
<b>CUADRO 44. DISEÑO DE INDICADORES.</b> .....	129
<b>CUADRO 45. ANÁLISIS FINANCIERO.</b> .....	130
<b>CUADRO 46. COSTO BENEFICIO</b> .....	131
<b>CUADRO 47. INGRESO POR VENTAS AÑOS 2012 - 2014</b> .....	132
<b>CUADRO 48. CALCULO COSTO BENEFICIO AÑO 2012 – 2014</b> .....	132
<b>CUADRO 49. COSTO BENEFICIO AÑO 2015 - 2017</b> .....	132
<b>CUADRO 50. DETALLE DE COSTO BENEFICIO.</b> .....	133

## INDICE DE FIGURAS

<b>FIGURA 1.</b> NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE LA MATRIZ PRODUCTIVA Y SU EFECTO EN LAS PYMES. -----	62
<b>FIGURA 2.</b> OPINIÓN ACERCA DE QUE LOS FACTORES POSITIVOS SUPERAN A LOS NEGATIVOS EN LAS PYMES. -----	63
<b>FIGURA 3.</b> INFLUENCIA DE CAMBIOS DE LA NUEVA MATRIZ PRODUCTIVA, EN LOS FACTORES INTERNOS DE LAS PYMES. -----	64
<b>FIGURA 4.</b> NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE LA NECESIDAD DE LA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN EN LAS PYMES. -----	66
<b>FIGURA 5.</b> MEJORAMIENTO QUE SE IMPULSA A TRAVÉS DE UNA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN MEDIANTE UNA GESTIÓN ESTRATÉGICA. -----	67
<b>FIGURA 6.</b> INFORMACIÓN ACERCA DE LA TECNOLOGÍA Y LA SUPERACIÓN DE LOS NEGOCIOS. -----	68
<b>FIGURA 7.</b> CONTRIBUCIÓN EN LOS PROCESOS INNOVADORES COMO APORTE A LA MATRIZ PRODUCTIVA. -----	70
<b>FIGURA 8.</b> BASE FUNDAMENTAL EN LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EN CUANTO A LA ADMINISTRACIÓN DE LAS PYMES. -----	71
<b>FIGURA 9.</b> OPINIÓN ACTUAL ACERCA DE LA INNOVACIÓN AL TRABAJAR DE FORMA PLANIFICADA. -----	72
<b>FIGURA 10.</b> NIVEL DE CALIDAD CON QUE TRABAJA LAS PYMES. -----	74
<b>FIGURA 11.</b> CONOCIMIENTO EN CUANTO A LA EXPORTACIÓN DE LAS PYMES. -----	75
<b>FIGURA 12.</b> CARACTERÍSTICAS NECESARIAS PARA LA EXPORTACIÓN A OTROS PAÍSES. -----	76
<b>FIGURA 13.</b> INCREMENTO DE EXPORTACIÓN SI TUVIESE APOYO DEL GOBIERNO. -----	78
<b>FIGURA 14.</b> CONOCIMIENTO SOBRE LA DIVERSIFICACIÓN Y MEJOR SERVICIO AL CLIENTE DE ACUERDO A LA INFRAESTRUCTURA. ---	79

<b>FIGURA 15.</b> NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE TEMAS DE FINANCIAMIENTO QUE SE ENCUENTRA APORTANDO EL GOBIERNO. -----	80
<b>FIGURA 16.</b> CONOCIMIENTO SOBRE EL FINANCIAMIENTO QUE SE TIENE PARA INVERTIR EN LA INFRAESTRUCTURA DE LAS PYMES. -----	82
<b>FIGURA 17.</b> OPINIÓN SOBRE EL HECHO DE QUE LAS PYMES POSEEN MÁS FORTALEZAS QUE DEBILIDADES. -----	83
<b>FIGURA 18.</b> INFORMACIÓN SOBRE LAS FORTALEZAS DE LAS PYMES Y LA SATISFACCIÓN QUE LES PUEDE BRINDAR A LOS CLIENTES.-----	85
<b>FIGURA 19.</b> OPINIÓN ACERCA DE LAS FORTALEZAS QUE REQUIEREN LAS PYMES PARA CONSOLIDARSE EN EL MERCADO.-----	86
<b>FIGURA 20.</b> IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN EN CADA UNA DE LA PYMES PARA UN SERVICIO MÁS RÁPIDO HACIA LOS CLIENTES.-----	87
<b>FIGURA 21.</b> INFORMACIÓN SOBRE EL NIVEL DE TECNOLOGÍA EN LAS PYMES. -----	89
<b>FIGURA 22.</b> IMPORTANCIA DE LA INNOVACIÓN EN LAS PYMES MILAGREÑAS.-----	90
<b>FIGURA 23.</b> CALIFICACIÓN SOBRE LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS Y LOS SERVICIOS QUE OFRECEN LAS PYMES. -----	91
<b>FIGURA 24.</b> CONOCIMIENTO DE LOS SERVICIOS QUE BRINDAN SATISFACCIÓN A LOS CLIENTES.-----	93
<b>FIGURA 25.</b> CONOCIMIENTO DE LOS FINANCIAMIENTOS QUE DA EL GOBIERNO PARA INVERTIR EN INFRAESTRUCTURA DE LAS PYMES. -----	94
<b>FIGURA 26.</b> EMPRESA NACIONAL POR TAMAÑO. -----	99
<b>FIGURA 27.</b> APORTE A LA GENERACIÓN DE EMPLEO. -----	100
<b>FIGURA 28.</b> CONCENTRACIÓN DE LAS PYMES POR PROVINCIA. -----	101
<b>FIGURA 29.</b> COMPOSICIÓN DE LOS INGRESOS DE LAS EMPRESAS PEQUEÑAS POR SECTOR. -----	101

<b>FIGURA 30.</b> COMPOSICIÓN DE LOS INGRESOS DE LAS EMPRESAS MEDIANAS POR SECTOR.-----	102
<b>FIGURA 31.</b> INGRESOS OPERACIONALES PROMEDIO ANUAL DE LAS PYMES POR SECTOR. -----	102
<b>FIGURA 32.</b> RENTABILIDAD PROMEDIO DE LAS EMPRESAS MEDIANAS POR SECTOR.-----	103
<b>FIGURA 33.</b> MAPA DEL CANTON MILAGRO.-----	111
<b>FIGURA 34.</b> ORGANIGRAMA DE PROCESOS -----	113
<b>FIGURA 35.</b> ANÁLISIS PORTER.-----	119
<b>FIGURA 36.</b> MAPA DE RELACIONES.-----	124
<b>FIGURA 37.</b> BALANCE SCORE CARD. -----	125
<b>FIGURA 38.</b> CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES -----	134

## RESUMEN

La investigación realizada está compuesta por aspectos muy explícitos de cómo obtener una solución de acuerdo a los problemas de las PYMES en cuanto a los cambios que se están efectuando con la Matriz Productiva, donde se implementa procesos de investigación científica que aportara para realizarla. Los capítulos que contiene la investigación son vitales para el conocimiento de los aspectos internos de estos negocios; en el Capítulo I se da a conocer la problematización sobre los objetivos planteados por la nueva Matriz Productiva y su influencia en los Factores Internos de las PYMES del Cantón Milagro, 2014-2015, en el Capítulo II se plantean la variables con sus respectivas hipótesis. Lo que es la metodología de la investigación se presenta en el Capítulo III, en el que se explica el tipo y diseño de investigación los cuales son: Investigación Descriptiva, Histórica, Correlacional, Explicativa, Cuantitativa, aplicando técnicas de investigación como la encuesta y la entrevista, el Capítulo IV contiene el análisis de la investigación y la verificación de hipótesis. El Capítulo V se da a conocer la propuesta que es el Diseño de un Plan Estratégico que permita acceder a los beneficios presentados por la Nueva Matriz Productiva y fortalecer así los factores internos de crecimiento empresarial de las PYMES del Cantón Milagro, las estrategias fueron Crecimiento Integrado, Crecimiento Diversificado y Crecimiento Intensivo, De esta manera la investigación da a conocer las conclusiones en base a los objetivos y las respectivas recomendaciones para la aplicación de la propuesta.

**Palabras Claves:** Competitividad, Innovación, Sustentabilidad, Gestión, Efectividad.

## **ABSTRACT**

The research conducted is composed of very explicit aspects of getting a solution according to the problems of SMEs in terms of changes that are taking place with the Matrix Productive where scientific research processes to furnish to realize it is implemented. The chapters containing research are vital to the knowledge of the internal aspects of these businesses; Chapter I is disclosed problematization on the goals set by the new Matrix Production and its influence on the Internal Factors of SMEs Milagro Canton, 2014-2015, Chapter II the variables with their respective hypotheses are proposed. What is the research methodology is presented in Chapter III, in which the type and design of research which are explained: Descriptive Research, Historical, correlational, Explanatory, quanti applying investigative techniques such as survey and interview, Chapter IV contains the analysis of research and hypothesis testing. Chapter V disclosed the proposal is the design of a Strategic Plan that allows access to the benefits provided by the New Matrix Productive and thus strengthen the internal factors of business growth of SMEs Canton Milagro, strategies were Integrated Growth, Diversified Growth and Intensive Growth Thus research discloses the conclusions based on the objectives and respective recommendations for the implementation of the proposal.

**Keywords:** Competitiveness, Innovation, Sustainability, Management Effectiveness.

## INTRODUCCIÓN

Las empresas son de mucha ayuda para la economía del país con sus aportes productivos en el mercado, tomando en cuenta así a las PYMES las cuales son empresas pequeñas y medianas que tienen un puesto significativo en el Ecuador; las empresas pequeñas cuentan con un mínimo de 9 a 50 trabajadores, mientras que las medianas tienen de 10 a 200 trabajadores esta clasificación se da de acuerdo al INEC en los distintos sectores económicos como lo son : comercial, servicios, manufactura entre otros; esto implica que los distintos negocios se ven afectados por los cambios que se están efectuando, por ende las grandes empresas tienden a favorecerse de acuerdo a que cuentan con mayores posibilidades de tener una ventaja competitiva en el mercado debido a las falencias de las PYMES.

No obstante las PYMES que desean superarse siguen laborando a pesar de las dificultades que en algunas ocasiones tienen que enfrentar, tomando en cuenta que los problemas que incurren de manera seguida no es un obstáculo para los dueños de los negocios ya que cuentan con una mayor apertura y trato con los clientes esto hace que tengan un incentivo aun mayor para tenerlo como una ventaja y poder incrementar planes estratégicos que le ayuden a participar en el mercado competitivo.

Los factores internos que poseen las PYMES deben incrementar sus fortalezas a través de aprovechar las nuevas políticas y lineamientos planteados en la nueva Matriz Productiva son ventajosos para los pequeños empresarios, puesto que el gobierno ha incrementado facilidades de financiamiento para los pequeños y medianos productores con respecto en compras de maquinarias, materias primas para la elaboración de productos a costos accesibles para los empresarios, se da un aporte con charlas que les permiten conocer las ventajas y beneficios de la nueva Matriz Productiva; cabe recalcar que en la actualidad algunas empresas laboran de acuerdo con las directrices que ha impuesto dicha entidad, no lo hacen en su totalidad pues muchos tienden a tener un temor al cambio esto hace que no correspondan a las necesidades que requiere el país para una mejor economía.

# **CAPITULO I**

## **PROBLEMA**

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1.1. Problematización**

El desarrollo económico y social de los pueblos siempre ha sido uno de los problemas constantes y permanentes que deben enfrentar los gobiernos. En el caso de Ecuador, las nuevas políticas de sociedad del siglo XXI busca mejorar la calidad de vida de los habitantes, para ello el gobierno ha propuesto el cambio en su Matriz Productiva, a fin de aportar al desarrollo empresarial.

En el caso de los negocios pequeños y medianos, estos han tenido que enfrentar los problemas tradicionales de la ausencia de apoyo de las entidades financieras, inclusive las del estado. Todo esto las ha detenido en su crecimiento, en su desarrollo y en el aprovechamiento de oportunidades de mercado.

Las PYMES a nivel mundial representan un 90% al desarrollo sustentable del país ya que estas ayudan a la economía, su importancia radica en respaldar la creación de empleo y la innovación de los productos incrementando así la actividad productiva dentro el sector de las Pymes en todo el mundo (Orlandi, pág. 3); sin embargo, existen países como Estados Unidos , Canadá, Alemania, Ecuador, Italia, Suecia, Japón, México, Indonesia, Malasia entre otros, donde las políticas de gobierno han influido en el desarrollo de este sector al trabajar en función de mejorar sus aspectos internos.

Ecuador también ha considerado necesario fomentar el desarrollo de las PYMES para contrarrestar los problemas de infraestructura, tecnología, calidad, capacidad productiva, e incluso de gestión estratégica que es lo que las lleva a mantenerse en un status y a otras a permanecer por cortos períodos de tiempo en el mercado.

El ver limitado sus factores internos positivos, ha llevado a las PYMES a restringir su progreso, especialmente porque se suscitan los siguientes subproblemas:

La gestión de las PYMES se ve afectada al no tener un buen manejo de la información, aspecto que es esencial en todo negocio para acoplarse a los nuevos requerimientos de mercado que exigen el manejo de tecnologías de la información nivel interno y luego a nivel externo.

El comportamiento innovador influye en todo negocio; sin embargo, las PYMES han olvidado este aspecto y muchas de ellas se mantienen en un status que no les permite adaptarse a los nuevos requerimientos de los clientes, olvidando que su trabajo también exige de una planeación estratégica que les permita asumir a la innovación como clave del éxito.

La oferta exportable de las PYMES del Cantón Milagro es limitada, hasta casi nula; en este cantón, los pequeños y medianos negocios atienden una demanda local olvidando que el mercado es amplio y el abastecerlo podrá permitirles crecer y desarrollarse, pero este es el resultado de no trabajar en función de una producto/servicio de calidad.

La infraestructura de las PYMES del Cantón Milagro es reducida y poco ajustada a las necesidades de desarrollo de todo negocio, este aspecto limita sus operaciones y lleva a que la administración se vuelva conformista; todo como resultado de no contar con un capital que les permita crecer en espacio, debido a no contar con el financiamiento adecuado.

### **Pronóstico**

Al no conocer los Factores Internos que se encuentran inmersos dentro de La matriz productiva, a través de investigaciones que aporten a su difusión, para

poder hacer uso de ellos en beneficio de las PYMES del Cantón Milagro, estos negocios no alcanzarán un nivel de competitividad para poder ampliar su oferta y sus mercados, incluso exportar a otros, limitándose las oportunidades de desarrollo.

### **Control del Pronóstico**

La Matriz Productiva se encuentra enlazada con las PYMES, busca aportar al desarrollo de las mismas, ofreciendo mecanismos públicos que promuevan el crecimiento de estos negocios; por ello se requiere conocer las normas establecidas para dar paso al proceso de innovación empresarial, utilizando los factores internos positivos y eliminando los negativos que poseen estos negocios, para así lograr los objetivos establecidos. Por ello, es importante el aporte de las investigaciones sobre la Matriz Productiva para permitir que las oportunidades sean aprovechadas adecuadamente y preparar al sector PYMES para la transformación productiva que el país requiere para crecer y desarrollarse.

#### **1.1.2. Delimitaciones del problema**

##### **Delimitación Espacial:**

**País:** Ecuador

**Región:** Zona 5, Región Litoral

**Provincia:** Guayas

**Cantón:** Milagro

##### **Delimitación Temporal:**

La investigación se efectuará en el período 2014 y parte del 2015; sin embargo los datos obtenidos deberán ser reevaluados y actualizados luego de 3 años, considerando los cambios de mercado y en la política gubernamental, aspectos que alterará la situación de las PYMES.

##### **Delimitación Disciplinar:**

**Campo de estudio:** Administración

**Área:** Desarrollo económico

**Objeto de estudio (Unidad de análisis):** PYMES del cantón Milagro.

### **1.1.3. Formulación del problema**

¿De qué forma la Matriz Productiva influye en los Factores Internos de las PYMES del Cantón Milagro, 2014-2015?

### **1.1.4. Sistematización del problema**

¿En qué medida la tecnología de la información que promueve la Matriz Productiva, incide en la gestión de las PYMES del Cantón Milagro?

¿Cómo la planeación estratégica que exige la Matriz Productiva influye en el comportamiento innovador de las PYMES del Cantón Milagro?

¿De qué forma La calidad del producto o servicio que impulsa la Matriz Productiva, influye en la oferta exportable de las PYMES del Cantón Milagro?

¿Cómo las posibilidades de financiamiento que contempla la Matriz Productiva inciden en la infraestructura de las PYMES del Cantón Milagro?

### **1.1.5. Determinación del tema**

Análisis de la Matriz Productiva y su influencia en los Factores Internos de las PYMES del Cantón Milagro, 2014-2015.

## **1.2. OBJETIVOS**

### **1.2.1. Objetivo general**

Analizar la Matriz Productiva y su influencia en los Factores Internos de las PYMES del Cantón Milagro, 2014-2015, a través de un estudio investigativo que emplee técnicas e instrumentos de recolección de datos, para contribuir con el crecimiento de este sector empresarial.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

Estudiar en qué medida la tecnología de la información que promueve la Matriz Productiva, incide en la gestión de las PYMES del Cantón Milagro.

Determinar cómo la planeación estratégica que exige la Matriz Productiva influye en el comportamiento innovador de las PYMES del Cantón Milagro.

Examinar de qué forma la calidad del producto o servicio que impulsa la Matriz Productiva, influye en la oferta exportable de las PYMES del Cantón Milagro.

Establecer las posibilidades de financiamiento que contempla la Matriz Productiva y su incidencia en la infraestructura de las PYMES del Cantón Milagro.

### **1.3. JUSTIFICACION**

La Matriz Productiva propone cambios para lograr alcanzar riquezas, basándose no solo en explotar los recursos naturales propios, sino tratando de aprovechar el más mínimo recurso que se posea, estableciendo modelos democráticos que sean sólidos para las gestiones y normas que sean implementados para la sostenibilidad de las PYMES.

La intervención que tiene la Matriz Productiva en las PYMES se basa en la creación de redes, cadenas productivas para una mejor comercialización y competitividad dentro de los mercados comerciales, ampliando la innovación y el desarrollo científico de los microempresarios impulsando a los servicios financieros a realizar prestaciones monetarias mediante gestiones que están dentro del sistema Nacional.

Los factores internos han sido afectados en las PYMES por la Matriz Productiva debido a que se fomenta un nuevo sistema de producción y de comercialización, en busca del desarrollo sustentable del país; beneficiando a los establecimientos de las zonas especiales de progreso económico ya que ayuda a transformar la realidad interna de las PYMES a través de medidas que impulse el apoyo a este sector.

La Matriz Productiva ayuda al Buen Vivir ya que se busca generar fuentes de empleo por medio de aperturas de nuevos negocios, de ahí los cambios que se proponen, buscando que las personas emprendan pero con innovación y que los actuales negocios analicen sus fortalezas y sus debilidades para estar preparados ante las amenazas del mercado y a su vez aprovechar las

oportunidades que este les presenta. Dentro del plan del buen vivir existen objetivos claves que van acorde con la transformación de la matriz productiva los cuales se mencionan a continuación con sus respectivos lineamientos:

**Objetivo 8.-** Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible. Lo que busca lograr este objetivo es mantener la relación entre los países fortaleciendo las finanzas públicas y la regulación del sistema económico.

**8.1. Invertir los recursos públicos para generar crecimiento económico sostenido y transformaciones estructurales.**

Este lineamiento nos ayuda a fortalecer el rol de la planificación ya que cada uno de sus estrategias trata de impulsar la matriz productiva con inclusión financiera para promover la economía.

**8.3. Fortalecer el manejo sostenible de las finanzas públicas.**

Mediante estas estrategias nos permite optimizar la gestión financiera de las empresas públicas, focalizando los beneficios y los incentivos fiscales para el desarrollo social y productivo (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013 - 2017, pág. 254)

**Objetivo 10.-** Impulsar la transformación de la matriz productiva. Este objetivo tiene como base fundamental alcanzar un nuevo modelo productivo para así también poder fortalecer el talento humano ya que cuyo propósito esencial es buscar una forma de innovar para así poder ofrecer un nuevo producto.

**10.1. Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional**

En este punto menciona de cómo integrar el valor agregado en la producción que nos permita una gestión de calidad mucho mejor en la elaboración de los productos, para que nos permita garantizar a los productores y consumidores un producto de calidad total. (Movimiento Ecuador)

**10.2. “Promover la intensidad tecnológica en la producción primaria, de bienes intermedios y finales”**

Al utilizar estas estrategias para promover la intensidad en la producción primaria ayuda como incentivos de fortalecimiento en la inversión privada esto permite que se promueva la desagregación mediante lo cual se utiliza la tecnología y la innovación. (Movimiento Ecuador)

**10.5. “Fortalecer la economía popular y solidaria –EPS–, y las micro, pequeñas y medianas empresas –MIPYMES– en la estructura productiva”**

Mediante el fortalecimiento económico de la PYMES se busca impulsar el crecimiento del sector financiero y productivo

fomentando un sistema de protección y seguridad social que ayude ampliar la capacidad innovadora en el país. (Movimiento Ecuador)

**10.6. “Potenciar procesos comerciales diversificados y sostenibles en el marco de la transformación productiva”**

Esta estrategia ayuda a la aseguración de procesos, negociación, acuerdos comerciales y evitar que se mantengan competencias desleales entre los proveedores ecuatorianos e internacionales para que se garantice la sostenibilidad del sector externo. (Movimiento Ecuador)

Lo expuesto deja claro la necesidad de conocer cuáles son los cambios coyunturales que ha propuesto y que está implementándose en el país por parte del Gobierno, para acceder a los beneficios propuestos y dar a las PYMES la oportunidad de desarrollarse transformándose internamente. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013 - 2017, pág. 300)

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1. MARCO TEÓRICO**

##### **2.1.1. Antecedentes Históricos**

“La realidad socioeconómica se remonta al estudio de la empresa en épocas muy antiguas, si bien es a finales del siglo XVII, con el desarrollo de la Revolución Industrial, cuando se ofrece una concepción moderna de la misma”. Las pequeñas y medianas empresas denominadas PYMES, surgen de dos formas que son:

La primera, aquellas que tienen origen como empresas en las que se pueden diferenciar por su correcta estructura y una organización, en la cual donde se muestra una labor remunerada y una administración empresarial. La mayoría de estas organizaciones se desarrollaron en el sector formal de la economía y son de capital intensiva.

La segunda, aquellas que tuvieron un comienzo familiar establecidas por una administración que solo le intereso sobrevivir, sin procurar tomar atención a temas importantes tales como el la inversión y el coste de oportunidad del capital, que permita el crecimiento de las mismas.

“La importancia económica y social que actualmente muestran las PYMES en el contexto del mundo globalizado puede analizarse por intermedio del estudio de la actividad empresarial y las nuevas estrategias de desarrollo en cada

país, en concordancia con sus propios modelos sistémicos, culturales y políticos. Con la participación activa de la Organización Internacional del Trabajo, desde hace más de veinticinco años se vienen realizando programas de cooperación técnica, redes informativas, investigación e intermediación con organismos financieros internacionales y empresarios de las PYMES”. (Mateo, 1999)

Las PYMES también mantienen una relación con la Matriz Productiva, esta consiste en determinar mediante la estructura de los sectores de bienes y servicios, el mejor modelo de negocios que les permita tomar decisiones asertivas en base a aspectos como inversión, producción, empleo, invención, exportaciones de bienes, innovación y tecnología.

Por muchos años la matriz productiva en el Ecuador se constituyó agrícola, ya que el cacao fue el producto de mayor predominio y después de esto paso al banano ser uno de los productos con mayor poder económico del país y político real este en Guayaquil.

“En 1972 la matriz productiva pasa de ser petrolera a agrícola pero con mayor predominio hacia el petróleo, entonces en esta época el poder económico y político se traslada hacia Quito y solo esto no fueron los cambios ya que una gran parte del sector privado al público.” (Luna Osorio, 2013)

“Ahora la matriz es agrícola, petrolera y marginalmente industrial, con muy poco aporte de los servicios modernos los cuales, no obstante, crecen con bastante dinamismo; y, el poder político y económico está en la Capital del país, pero casi absolutamente en el Estado, que tiende por mandato constitucional a copar espacios estratégicos de la producción.” (Luna Osorio, 2013)

La revolución ciudadana se ha comprometido en reemplazarlo. Este proceso se lo denomina "cambio de la matriz productiva".

## **EL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA NACIONAL**

“El Presidente señaló que la economía sufre un conflicto estructural, dado por la “elasticidad importaciones/producción”, que es cuando los bienes producidos

generan importaciones (de materias primas, por ejemplo); y, mientras más se produce, más se importa y si no se corrige ese error estructural vamos a tener problemas de balanza exterior”. (Luna Osorio, 2013)

“Las herramientas con que cuenta el gobierno para el cambio de la matriz son: la Constitución de la República, con su contenido ambientalista, indigenista, estatista, presidencialista y de integración latinoamericana; el poder omnímodo que recibió el Presidente en las elecciones de 2013, que le permitirá continuar dirigiendo democrática y cómodamente todas las funciones del Estado; el Código de la Producción, con sus seis libros promotores y contralores de diversas actividades y que introduce las Zonas Especiales de Desarrollo (ZEDE); la riqueza minera; el cambio de la matriz energética; la creación de la ciudad del conocimiento; la inversión extranjera directa sujeta primordialmente al interés estatal; la educación “ideologizada” hacia la concientización del “buen vivir” del socialismo del Siglo XXI; la vigencia del mecanismo gubernamental de solución de controversias con las empresas privadas.” (Luna Osorio, 2013)

“Algunos de los cambios que el Gobierno desea desarrollar es la maricultura, la refinación petrolera, y todas aquellas industrias de derivados del cacao, elaborados de café, biocombustibles, petroquímica, plásticos y cauchos, ensambladoras, astilleros, la siderurgia y la metalurgia, el turismo son todos los cambios que el Ecuador está poniendo en práctica para el bienestar de todos.” (Luna Osorio, 2013)

### **2.1.2. Antecedentes Referenciales**

Para ampliar la información sobre el problema de estudio se acudió a otras investigaciones de gran relevancia en cuanto a las variables que integran la investigación. A continuación se establecen los datos más prioritarios:

**TÍTULO:** “El programa produce pymes del Ministerio de Industrias y Productividad y su impacto en las unidades productivas artesanales del Cantón Portoviejo en la provincia de Manabí 2010-2012” (Velásquez Mejía, 2013)

**AÑO:** 2013

**AUTOR:** Karol Adelaida Mejía Velásquez

**TIPO DE TRABAJO:** “Tesis de Grado previo a la obtención del título de: Ingeniera Comercial” (Velásquez Mejía, 2013)

**INSTITUCIÓN:** Universidad Técnica de Manabí Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas Carrera de Administración de Empresas

**PROBLEMÁTICA:** “La falta de conocimiento en la nueva cultura de desarrollo organizacional se ve afectado en la claridad de cómo llevar sus productos o servicios al consumidor final y la incapacidad para fortalecer el área comercial y de ventas de la compañía afecta el no conocer si el personal que tienen actualmente es el adecuado en un proceso de crecimiento los cuales pueden poner resistencia al cambio.” (Velásquez Mejía, 2013)

**OBJETIVO:** “Evaluar el programa PRODUCE PYME del Ministerio de Industrias y Productividad y su impacto en las unidades productivas artesanales del cantón Portoviejo en la provincia de Manabí.” (Velásquez Mejía, 2013)

**HIPÓTESIS:** “El programa PRODUCE PYME del Ministerio de Industrias y Productividad incide en las unidades productivas artesanales del cantón Portoviejo en la provincia de Manabí.” (Velásquez Mejía, 2013)

**METODOLOGÍA:** El trabajo estuvo basado en una investigación de Campo, investigación explicativa, el método analítico, método deductivo, método inductivo los cuales permitieron llegar a la conclusión deseada.

**POBLACIÓN Y MUESTRA:** Las personas tomadas en cuenta son 20 funcionarios de Gobierno y 40 empresarios de la ciudad de Portoviejo, dando como resultado una muestra de 57 el cual sería el número de estudio.

**CONCLUSIONES:** “El programa del Mipro PRODUCE PYME permite el desarrollo socioeconómico del sector artesanal ya que financia actividades de inversión y tecnología que son fundamentales para el desarrollo de las unidades productivas. “ (Velásquez Mejía, 2013)

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

Este trabajo aportó a la presente investigación en cuanto a metodología de la investigación y definición de variables.

**TÍTULO:** “Diseño de estrategias para la gestión financiera de pymes considerando el código orgánico de la producción y la nueva matriz productiva” (Camposano Gómez, Espinoza González, & Lucín Castillo, 2014)

**AÑO:** 2014

**AUTOR:** Carlos Camposano Gómez, Lissette Espinoza González, Margarita Lucín Castillo

**TIPO DE TRABAJO:** “Previa la obtención del Título de: Economista con Mención en Gestión Empresarial” (Camposano Gómez, Espinoza González, & Lucín Castillo, 2014)

**INSTITUCIÓN:** Escuela Superior Politécnica del Litoral

**PROBLEMÁTICA:** “Corresponde al bajo nivel de implementación tecnológica y la mayoría de los productos exportados son materias primas también afecta las Faltas de calidad en los procedimientos según normas y requerimientos internacionales y los pocos recursos, falta de crédito o financiamiento, no exploran nuevas formas de inyectar inversión.” (Camposano Gómez, Espinoza González, & Lucín Castillo, 2014)

**OBJETIVO:** “Plantear estrategias sostenibles en el tiempo de gestión financiera que permitan aprovechar las oportunidades que no están siendo consideradas y que se encuentran estipuladas en el Código Orgánico para de esta manera facilitar la evolución de este sector con el enfoque previsto en la nueva Matriz productiva.” (Camposano Gómez, Espinoza González, & Lucín Castillo, 2014)

**HIPÓTESIS:** La planeación estratégica permitirá a la gestión financiera aprovechar las oportunidades que se encuentren estipuladas en el código orgánico para así facilite la evolución en el sector como está previsto en la matriz productiva.

**METODOLOGÍA:** La metodología usada en este trabajo es la investigación exploratoria dado que busca las causas del problema, para llegar a una mejor conclusión también han usado la investigación de campo para así poder llegar obtener mejor análisis sobre la información recolectada.

**POBLACIÓN Y MUESTRA:** “Las PYMES situadas geográficamente en la ciudad de Guayaquil donde aleatoriamente se elegirán las pymes a evaluar.” (Camposano Gómez, Espinoza González, & Lucín Castillo, 2014)

**CONCLUSIONES:** “Cabe mencionar que no todas las compañías podrán ejecutar las referidas estrategias; dependerá de los dueños, administradores y demás principales la toma de decisiones y preferencia por alguna o algunas de ellas.” (Camposano Gómez, Espinoza González, & Lucín Castillo, 2014)

**URL:** [www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D\\_Tesis\\_PDF/D-96641.pdf](http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D_Tesis_PDF/D-96641.pdf)

Este proyecto servirá para poder saber cómo ha sido la PYMES en ese año y así poder saber cuánto han mejorado ya que la tecnología cambia continuamente y por eso las empresas deben hacer lo mismo no deben quedarse con los cambios que ya han realizado anteriormente si no que deben ir mejorando poco a poco según como valla perfeccionando el mercado y la tecnología.

**TÍTULO:** Análisis De Los Factores Que Inciden En La Competitividad Del Ecuador En Los Mercados Internacionales: Políticas Laborales, Seguridad Jurídica, Impuestos, Acuerdos Comerciales E Incentivos A La Inversión

**AÑO:** 2013

**AUTOR:** Cristina Marlene Plúas Muñoz

**TIPO DE TRABAJO:** Tesis de maestría, Magister en Administración de Empresas Mención especial: Negocios Internacionales

**INSTITUCIÓN:** Universidad De Guayaquil Facultad De Ciencias Administrativas

**PROBLEMÁTICA:** Problema a tratar está basado en la incidencia de factores que intervienen para que el Ecuador impulse la competitividad, y así suba el ranking mundial.

**OBJETIVO:** Evaluar los factores que inciden en la competitividad del Ecuador en los mercados internacionales.

**HIPÓTESIS:** Adecuando los factores de competitividad dentro de la política de Comercio Exterior, el Ecuador aumentará las exportaciones generando un efecto multiplicador en el empleo, haciendo frente al presente TLC de Colombia y Perú con Estados Unidos.

**METODOLOGÍA:** El presente estudio se enmarcó en los siguientes métodos: Método Inductivo-Deductivo, Método Deductivo-Inductivo, Método Analítico, Método Sintético.

**POBLACIÓN Y MUESTRA:** La población utilizada fue la PEA promedio en el Ecuador de 6.701,263 con un resultado de la muestra de 246.

**CONCLUSIONES:** Luego de haber investigado y analizado los factores que inciden en la competitividad del Ecuador se puede dar por hecho que se cumplen con los objetivos deseados de acuerdo con las investigaciones de mercado que se llevaron a cabo para dicha investigación.

**URL:**

<http://repositorio.maeug.edu.ec/bitstream/123456789/372/1/Tesis%20Final%20Cristina%20Plua%20M..pdf>

El trabajo mencionado ha sido seleccionado por que en el muestra la competitiva que tiene el país con los mercados internacionales ya que lo único que se busca es llegar a acuerdos que sean convenientes para lograr con los objetivos propuestos.

**TÍTULO:** “Situación actual de las medianas empresas en el Cantón Quito y su potencial financiamiento a través de la bolsa de valores”

**AÑO:** Febrero 2013

**AUTOR:** Jiménez Aguirre Edison Argenis

**TIPO DE TRABAJO** Tesis Previa a La Obtención del Título de Ingeniero en Finanzas, Auditoría Y CPA

**INSTITUCIÓN:** Universidad De Las Fuerzas Armadas (ESPE)

**PROBLEMÁTICA:** Falta de conocimiento de la ciudadanía acerca de las entidades financieras y en cuales podrían aportar para un mejor financiamiento en los créditos que desean realizar puesto que podrían invertir en la bolsa de valores pero a falta de conocimiento desconocen sus beneficios.

**OBJETIVO:** Determinar si la situación actual de las Medianas Empresas en el Cantón Quito permite un financiamiento a través de la Bolsa de Valores.

**HIPÓTESIS:** Las medianas empresas del Cantón Quito con mayores ingresos tienen menos necesidad de financiamiento.

**METODOLOGÍA:** El estudio cumple con las condiciones de investigación de tipo descriptivo, ya que busca identificar las características de las medianas empresas del Cantón Quito, características como la constitución legal, los ingresos, el financiamiento, los niveles de endeudamiento.

**POBLACIÓN Y MUESTRA:** La población de PYMES del cantón asciende a 926, al aplicarse el cálculo muestral este dio 63. Ese es el número de unidades de estudio.

**CONCLUSIONES:** Las medianas empresas requieren financiamiento para solventar su negocio ya que, reciben por crédito un monto menor al solicitado inicialmente, la mayoría de las medianas empresas realizan préstamos con garantías hipotecarias y prendarias, motivo por el cual reciben por préstamo un valor menor al solicitado inicialmente por la compañía.

**URL:** [repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/8532/1/T-ESPE-047929.pdf](https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/8532/1/T-ESPE-047929.pdf)

El aporte de este estudio consiste en saber cómo las PYMES desde antes han tratado de buscar financiamiento para poder ampliar sus locales sus servicios, teniendo presente que el aspecto interno de capital es uno de los requerimientos que afectan a las operaciones de estos negocios. Además se ha podido aclarar la parte metodológica para investigaciones de este tipo.

### **2.1.3. Fundamentación Teórica**

#### **2.1.3.1. Fundamentación Científica**

Para poder dar diagnóstico de todos los males que se puede detectar dentro de una organización solo depende del análisis de la situación en la que se encuentra tal organización por eso Manuel Guerrero aconseja que debe conocerse la empresa de manera más completa posible.

Para enriquecer teóricamente el estudio se acudió a fuentes teóricas, entre ellas las relacionadas con los cambios en la economía y la forma en que esta afecta a las empresas en sus factores internos. Una de las teorías que mostró más compatibilidad con el tema de estudio es la de análisis de su empresa en sus factores internos que hace referencia a los recursos, sistemas y procedimientos, calidad, planeación estratégica, factor humanos entre otras.

A continuación se detallan las bases teóricas sobre cada una de las variables de investigación, explicando e forma detallada cómo cada una de ellas influye en el desarrollo de las PYMES.

### **LA MATRIZ PRODUCTIVA**

#### **Definición**

“La matriz productiva es uno de los principales limitantes para que el Ecuador alcance una sociedad del buen vivir” (SEMPLADES, 2012) adecuada ya que la sociedad a falta de nuevas implementaciones en ocasiones los negocios no pueden seguir a delante ya que los limitantes para ello son muy rigurosos y la matriz productiva lo que desea es implementar patrones especializados que sean para exportar los productos Ecuatorianos con mayor valor agregado a otros países con un servicio basado en la economía del conocimiento y la biodiversidad.

#### **Importancia**

Es muy importante reconocer que la matriz productiva ha generado esquemas de implementación y mejoras para la ciudadanía ecuatoriana basada en el

desarrollo de industrias y en nuevas actividades productivas que reduzcan la dependencia del país.

### **Cambios propuestos en la nueva matriz productiva**

El gobierno nacional propone los cambios para una mejor economía en el país, logrando estrategias que sean beneficiosas para la nación.

- “Contar con nuevos esquemas de generación, distribución y redistribución de la riqueza;” (Camposano Gómez, Espinoza González, & Lucín Castillo, 2014)
- “Reducir la vulnerabilidad de la economía ecuatoriana;” (Camposano Gómez, Espinoza González, & Lucín Castillo, 2014)
- “Eliminar las inequidades territoriales;” (Camposano Gómez, Espinoza González, & Lucín Castillo, 2014)
- “Incorporar a los actores que históricamente han sido excluidos del esquema de desarrollo de mercado.” (Camposano Gómez, Espinoza González, & Lucín Castillo, 2014)

### **Aspectos de esta matriz que están relacionados con las PYMES**

1. “Diversificación productiva basada en el desarrollo de industrias estratégicas-refinería, astillero, petroquímica, metalurgia y siderúrgica y en el establecimiento de nuevas actividades productivas-maricultura, biocombustibles, productos forestales de madera que amplíen la oferta de productos ecuatorianos y reduzcan la dependencia del país.” (Camposano Gómez, Espinoza González, & Lucín Castillo, 2014)
2. “Agregación de valor en la producción existente mediante la incorporación de tecnología y conocimiento en los actuales procesos productivos de biotecnología (bioquímica y biomedicina), servicios ambientales y energías renovables.” (Camposano Gómez, Espinoza González, & Lucín Castillo, 2014)
3. “Sustitución selectiva de importaciones con bienes y servicios que ya producimos actualmente y que seríamos capaces de sustituir en el corto plazo: industria farmacéutica, tecnología (software, hardware y servicios informáticos)

y metalmecánica.” (Camposano Gómez, Espinoza González, & Lucín Castillo, 2014)

4. “Fomento a las exportaciones de productos nuevos, provenientes de actores nuevos -particularmente de la economía popular y solidaria-, o que incluyan mayor valor agregado -alimentos frescos y procesados, confecciones y calzado, turismo-. Con el fomento a las exportaciones buscamos también diversificar y ampliar los destinos internacionales de nuestros productos.” (SEMPLADES, 2012)

### **Beneficios que la matriz aportará a las PYMES**

- “Impulsar y fortalecer las industrias estratégicas claves y sus encadenamientos productivos.” (Movimiento Ecuador)
- “Fortalecer el marco institucional y regulatorio que permita una gestión de calidad en los procesos productivos y garantice los derechos de consumidores y productores.” (Movimiento Ecuador)
- “Consolidar la transformación productiva de los sectores prioritarios industriales y de manufactura, con procesos de incorporación de valor agregado que maximicen el componente nacional y fortalezcan la capacidad de innovación y de aprendizaje colectivo.” (Movimiento Ecuador)
- “Simplificar los trámites para los emprendimientos productivos y de servicios de los micros, pequeñas y medianas unidades productivas.” (Movimiento Ecuador)

### **Estructura política que establece la matriz para contribuir con las PYMES**

1. Arancel cero para importaciones de materias primas y de bienes de capital, lo que representó en el 2009 una exención tributaria comparada con la protección arancelaria existente en el 2007.
2. Existe una política industrial moderna que se enfocará en el apoyo y fomento de la inversión privada en 14 sectores a través de implementar planes de mejora competitiva con recursos públicos, mejoras en capacitación, innovación, adaptación tecnológica, financiamiento, entre otras, que permitan el desarrollo acelerado de estos sectores.

3. Inversión en infraestructura para la producción: carreteras, aeropuertos y puertos.
4. Triplicar el crédito público para la producción.
5. Incremento de la participación de las micro, pequeñas y medianas empresas en las compras públicas.

## **LAS PYMES**

### **Definición de acuerdo al INEC,**

El Instituto Nacional de Estadística y Censo mejor conocido como INEC es el encargado de llevar un control detallado de cada una de la información de cuantas persona, empresas y microempresas existes o están en funcionamiento.

La información detallada que maneja el INEC sirve de gran ayuda para poder tomar decisiones que ayuden a mejorar la productividad de las pymes y así también lograr el beneficio de mejorar el desarrollo del país.

### **SRI**

SRI más conocido como el servicio de rentas internas es una organización que busca los principios de justicia y contribuir de una manera parcial e independiente para definir sus políticas y estrategias las cuales se gestionan para la toma de decisiones haciéndola una entidad sociable y transparente en la legislación tributaria.

Tomando en cuenta que esta entidad constituye a la construcción de ciudadanía fiscal que aporta mediante exigencia de cumplimiento de obligaciones tributarias son principios y valores que se tienen que tomar en cuenta así como lo es la constitución y la ley de esta manera se asegura una recaudación destinada a la sociedad.

### **Tratamiento Tributario de las PYMES**

“Para fines tributarios las PYMES de acuerdo al tipo de RUC que posean se las divide en personas naturales y sociedades. De acuerdo a cual sea su caso

Ud. podrá encontrar información específica para cumplir con sus obligaciones tributarias escogiendo las opciones Personas Naturales o Sociedades.” (SRI)

### **Cámara de Comercio**

“La Cámara de Comercio es una sociedad integrada por comerciantes locales, regionales, o internacionales, en defensa de sus miembros para su mutua protección, a manera de los sindicatos de trabajadores. Piden beneficios al gobierno para el sector, brindan información, promueven la libre competencia y el desarrollo de sus miembros, dan asesoramiento jurídico, realizan cursos y conferencias, etcétera. También hay Cámaras de Comercio internacionales como CAMBRAS para la cooperación comercial entre Argentina y Brasil.” (DeConceptos.com)

### **Importancia en el desarrollo económico**

El desarrollo económico es muy importante para cualquier país donde las pymes juegan un papel muy importante ya que su relación incide en la generación de empleo, por lo tanto al crecimiento económico en todas las regiones del mundo entero.

Dentro el crecimiento económico existen algunos factores que hay que analizar para ver las responsabilidades que tienen las grandes empresas donde indican que el crecimiento o desarrollo económico depende del desempeño de las pymes ya que como cuentan con estructuras pequeñas y podrán adaptarse mejor con el requerimiento del mercado.

La importancia de las Pymes en la economía del Ecuador se basa en:

- “Asegura el mercado de trabajo mediante la descentralización de la mano de obra, lo cual se lo considera necesario para el correcto funcionamiento del mercado laboral.” (Villegas)
- “Tienen efectos socioeconómicos importantes ya que permiten la concentración de la renta y la capacidad productiva desde un número reducido de empresas hacia uno mayor.” (Villegas)

- “Reducen las relaciones sociales a términos personales más estrechos entre el empleador y el empleado, en general, sus orígenes son unidades familiares.” (Villegas)
- “Presentan mayor adaptabilidad tecnológica y menor costo de infraestructura.” (Villegas)

### **Fortalezas de las PYMES**

- “Capacidad de adaptación a los cambios.” (Benítez)
- “Posibilidad de generación de puestos de trabajo con baja inversión.” (Benítez)
- “Ser células económicas que permiten la dinamización y democratización de la economía.” (Benítez)

### **Debilidades de las PYMES**

- “Carecer de informaciones y conocimientos que le permitan mejorar su desempeño en gestión, mercadotecnia y tecnologías.” (Benítez)
- “Excesivo individualismo de los empresarios.” (Benítez)
- “Falta de capacidad económica.” (Benítez)

## **GESTIÓN**

### **Definición**

“La gestión es la acción o manejo que tiene como objetivo primordial el conseguir aumentar los resultados óptimos de una industria o compañía, depende fundamentalmente de cuatro pilares básicos como estrategia, la cultura, la estructura y la ejecución que gracias a los cuales puede conseguir que se cumplan las metas marcadas.” (Concepto de Gestion)

### **Importancia**

Cada una de las actividades que se realizan día a día en la vida cotidiana tiene que empezar desde un punto de partida, esto de lo conoce como un objetivo o una meta que se necesita alcanzar, denominado como una gestión por lo cual aquí se está viendo la importancia que tiene la gestión ya que se pueda implementar en las empresas o en la vida diaria.

## Cómo se gestionan las PYMES

Las pymes se gestionan de acuerdo de la información que pueden acceder de grandes empresas ya que con la información recolectada las pymes pueden tomar decisiones o realizar una planeación para poder entrar al mercado con más facilidad implementando ideas nuevas o innovadoras que sean de mucha utilidad para el consumidor en general.

“Para que las empresas alcancen un mayor nivel de competitividad, se debe definir en cada una de las áreas de negocio (recursos humanos, contabilidad, finanzas, ventas, marketing y producción) cuáles son los aspectos a mejorar y dónde están teniendo problemas.” (Fernández, 2011)

## Cómo intervienen los aspectos internos en la gestión

“Aspectos que forman parte de la gestión de la compañía, que lógicamente es quien puede proporcionar la mejor interpretación sobre ellos.” (Ministerio de Educacion )

- **“Plan de marketing:** producto, precio, distribución, comunicación comercial y todo lo referente a sistemas de relación con los clientes.” (Ministerio de Educacion )
- **“Cultura corporativa,** entendida como el conjunto de conocimientos y manifestaciones creados o adquiridos por la organización que se conservan y traspasan a sus miembros. Explica cómo es, cómo se piensa y se siente dentro de ella, así como su conducta en el entorno.” (Ministerio de Educacion )
- **“Etapa de la organización,** que determina sus prioridades y sus mensajes. Algunos de los procesos más significativos son: inicio, consolidación, internacionalización, remodelación y crisis.” (Ministerio de Educacion )
- **“Etapa del producto,** que regularmente sigue un ciclo de vida: lanzamiento, crecimiento, madurez, saturación y declive.” (Ministerio de Educacion )

## **LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA**

### **Definición**

La planeación estratégica es una elaboración de procesos que se realiza en las empresas o en las personas donde se establecen los objetivos a largo plazo buscado la manera de alcanzar el mismo.

Esta considera un enfoque global de la empresa donde se analiza cada una de las actividades que la empresa realiza, donde desarrolla estrategia correctivas a cada una de las actividades que lo necesiten de nuevas estrategias de mejoramientos.

Se debe tomar en cuenta que en la planeación estratégica las organizaciones buscan alcanzar sus objetivos y metas dispuestas en la elaboración y desarrollo de los planes operativos ya sean estos a corto, a mediano o a largo plazo que se van implementando a partir de los cambios, gustos y preferencias que tenga el consumidor.

### **Importancia**

“La importancia que tiene al hacer una planeación estratégica en las organizaciones es que les ayude a mejorar su competitividad así como estar a la vanguardia, innovándose de manera continua y acertada al igual que sus colaboradores para mantenerse y crecer en este mundo tan globalizado y tecnológico, que exige un alto grado de preparación, destreza y anticipación a las necesidades sociales y de la misma organización.” (Vázquez Espinosa, 2014)

La planeación estratégica proporciona actividades organizacionales las cuales tienen un efecto de mejor funcionamiento o mayor enfoque de la organización, esto se debe a la misión específica que se debe tener dentro de la empresa para una mejor orientación o dirección de todas sus actividades.

Una planeación estratégica exitosa tiene como eje principal el poder de anticipación, la iniciativa que se debe tomar en los cambios que realiza la empresa y la reacción de oportunidad del cambio para un adecuado procedimiento dentro de la organización.

Se debe considerar la fortalezas de la organización para fijar las estrategias que sean más convenientes y ayude a evitar problemas debido a los cambios que se puedan dar dentro de la misma puesto que podría ocasionar inconveniente al momento de la toma de decisiones en el entorno externo de la organización .

### **Pasos a seguir para la planeación estratégica**

La planeación estratégica es un método por la cual se puede establecer procedimientos para cumplir los objetivos que se establezcan los cuales se requieren seguir los siguientes pasos para poder alcanzar una planeación completamente exitosa.

#### **1. Declaración de la visión**

La visión es lo que se está planeando alcanzar la empresa estableciendo muy bien los estándares que se van a tomar.

#### **2. Declaración de la misión y establecimiento de valores**

La misión es la razón de la cual está en funcionamiento la empresa, es el propósito que tiene por la cual presta sus servicios a la comunidad, la pregunta que se responde acorde con la misión es “¿Cuál es nuestra razón de ser?”.

Dentro de la misión se puede acoplar los valores porque ambos es una forma de cómo dar la identidad a la empresa ya que los valores es una forma de definir las cualidades positivas que contiene la empresa para alcanzar tanto la excelencia como el desarrollo de la comunidad y de los empleados de la misma.

#### **3. Análisis externo de la empresa**

El análisis externo de la empresa ayuda a detectar algún acontecimiento que necesiten revisión en el entorno de las empresas para así poder encontrar las oportunidades o amenazas.

Dentro del análisis externo de la empresa se lo hace para evaluar las fuerzas económicas, sociales, tecnológicas, la fuerza que tiene las competencias, los requerimiento de los clientes el comportamiento del mercado o del proveedor

en fin es análisis se evalúan para tratar de controlar un poco los aspectos existentes o los que podrían llegar a existir en algún momento.

#### **4. Análisis interno de la empresa**

Como se ha mencionado anteriormente sobre el análisis externo que evalúa lo externo de la empresa el análisis interno estudia lo interno de la empresa para poder detectar las fortalezas o las debilidades que contiene la misma así podremos llegar a conocer la capacidad con que cuenta la institución.

“Lo que se evalúa dentro en el análisis interno de una empresa son los recursos que posee estos pueden ser:

- Financiero
- Humanos
- Materiales
- Tecnológicos, etc.” (Pymempresario, 2012)

#### **5. Establecimiento de los objetivos generales**

“Los objetivos generales se refieren a los objetivos que definen el rumbo de la empresa, los cuales siempre son de largo plazo.” (Pymempresario, 2012)

“Dentro de los objetivos generales una vez que se realice los análisis externos e internos de la empresa se establecerán los objetivos que van a permitir a cumplir con la misión establecida que permitan capitalizar las oportunidades externas y fortalezas internas, y superar las amenazas externas y debilidades internas.” (Pymempresario, 2012)

Los objetivos se establecen teniendo muy en cuenta todos los recursos o la capacidad de la empresa, así como la situación del entorno que la rodea.

#### **6. Diseño, evaluación y selección de estrategias**

“La planeación estratégica de acuerdo a los objetivos generales expuestos se procede a diseñar, evaluar y seleccionar las estrategias las cuales permitan a poder alcanzar de mejor manera posible de los objetivos planteados por la organización.” (Pymempresario, 2012)

El proceso para diseñar, evaluar y seleccionar estrategias es el siguiente:

“Se evalúa información sobre el análisis externo (la situación del entorno), se evalúa información sobre el análisis interno (los recursos y la capacidad de la empresa), se evalúa el enunciado de la misión y los valores, se evalúan los objetivos, y se evalúan las estrategias que se hayan utilizado anteriormente, hayan tenido o no buenos resultados.” (Pymempresario, 2012)

“Se diseña una serie manejable de estrategias factibles, teniendo en cuenta la información analizada en el punto anterior.” (Pymempresario, 2012)

“Se evalúan las estrategias propuestas, se determinan las ventajas, las desventajas, los costos y los beneficios de cada una.” (Pymempresario, 2012)

“Se seleccionan las estrategias a utilizar, y se clasifican por orden de su atractivo.” (Pymempresario, 2012)

## **7. Diseño de planes estratégicos**

“Para culminar con la planeación, hay que determinar las estrategias que se van a utilizar, por lo cual se procede a diseñar los planes estratégicos, que se encuentran en documentos en una forma específica de cómo se va a alcanzar los objetivos propuestos, es decir, cómo se van a implementar o ejecutar las estrategias formuladas.” (Pymempresario, 2012)

### **En el plan estratégico se debe señalar:**

Cuáles serán las estrategias específicas o cursos de acción que se van a realizar, que permitan alcanzar los objetivos específicos.

Cuándo se implementarán o ejecutarán las estrategias, y en qué tiempo se obtendrán los resultados.

Cuánto será la inversión requerida para la implementación o ejecución de las estrategias. (Pymempresario, 2012)

### **Beneficios**

La planeación estratégica tiene sus beneficios los cuales son:

- El mantenimiento del enfoque presente y futuro de la empresa.
- El reforzamiento de los principios adquiridos en la misión, visión y estrategia.
- El fomento de la planeación y la comunicación interdisciplinarias.
- La asignación de prioridades en la asignación de los recursos.
- La constitución del puente con el proceso de planeación táctica a corto plazo
- La obligación a los ejecutivos a ver la planeación desde la macro perspectiva, señalando los objetivos centrales a modo que pueden contribuir a lograrlos. (Smetoolkit.org, 2014)
- El plan se centra en las áreas críticas para alcanzar la misión con éxito.
- Minimiza los riesgo
- Optimiza el uso de los recurso
- Mejora las flexibilidad
- Reduce la repeticiones /redundancias
- Establece prioridades de negocio
- Marca la directrices generales de la compañía

## **TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN**

### **Definición**

La tecnología de la información más conocida como (TI) es una herramienta que emplea métodos para recabar, retener, manipular o distribuir información, esta se encuentra generalmente asociado con tecnología aplicada para la toma de decisiones.

La Tecnología de la Información (TI) ha cambiado de una forma cotidiana para realizar las cosas ya que las empresas privadas como los empleados del gobiernos trabajan con TI ya sea en cualquier campo de su trabajo por el uso necesario como lo es el internet, mediante este mecanismo se pueden realizar pagos electrónicos de nóminas, transferencias entre otras funciones.

Este hecho no sólo ha cambiado la forma de hacer el trabajo y el lugar de trabajo sino que también ha tenido un gran impacto en la forma en la que las empresas compiten. (Góngora Cuevas)

La (TI), como se ha mencionado anteriormente es un tema muy amplio el cual abarca todo lo relacionado a la conversión, almacenamiento, protección, procesamiento y transmisión de la información.

### **Importancia**

La importancia de la tecnología de la información es fundamental en la sociedad ya que debido a los estudios realizados se ha detectado los efectos sobre el modo de explotación tomando en cuenta el aprovechamiento de los recursos naturales, implementando nuevas aportaciones de ideas para el mejoramiento continuo de las empresas mediante la TI.

La Tecnología de la Información en algunos países del mundo es un poco más simple ya que todos los usuarios pueden tener acceso a ella, en cambio en países que se encuentra con falta de desarrollo es un poco complicado acceder a la TI es esto les causa problema a las empresas por que no pueden estar cerca de la información de suma importancia para ella.

### **Tipos de tecnología de información**

A continuación mencionaremos algunos tipos de tecnología de información:

#### **Tecnología de la Información sensorial**

“Son aquellas que permiten introducir información al sistema computacional. La información debe ser digitalizada para poder utilizarla.” (Mirtme`s Weblog, 2008)

#### **Tecnología de la Información de despliegue**

“Son aquellas que permiten mostrar la información del sistema computacional. La información debe ser convertida a un formato apropiado para los humanos, animales o cualquier otro receptor.” (Mirtme`s Weblog, 2008)

#### **Tecnología de la Información de análisis**

“Son aquellas que permiten transformar la información del sistema computacional.” (Mirtme`s Weblog, 2008)

## **Tecnología de la Información de almacenamiento**

Son aquellos que permiten guardar la información del sistema computacional. La información debe ser convertida a un formato apropiado para el medio de almacenamiento.

La información puede ser guardada en formato impreso, óptico, magnético.

Ejemplos son las memorias, disco duro, diskettes, cintas magnéticas.

## **Tecnología de la Información de comunicación**

“Son aquellas que permiten transmitir la información del sistema computacional. La información debe ser convertida a un formato apropiado para el medio de comunicación.” (Mirtme`s Weblog, 2008)

“La información puede ser comunicada a través de ondas de radiofrecuencia, luz infrarroja, señales eléctricas, sonido.” (Mirtme`s Weblog, 2008)

“Una TI puede pertenecer a varias clasificaciones al mismo tiempo, pero debe elegirse el uso principal que se le dará. Esto permite quitar ambigüedades sobre todo en aquellas TI que son multiusos. Para trabajar con esta clasificación es necesario tomar en cuenta el contexto donde la TI es utilizada. Se debe recordar que siempre tiene que ser información digitalizada.” (Mirtme`s Weblog, 2008)

## **Cómo contribuyen en los negocios**

La tecnología de la información contribuye a los negocios de acuerdo a que las empresas puedan acceder a los datos de otras organizaciones para así tomar decisiones que sean beneficiosas para entrar al mercado competitivo con nuevas ideas o nuevas innovaciones que sean de mucho agrado para el consumidor y así poder obtener una ventaja competitiva en el sector comercial, de esta manera las TI contribuyen a los negocios.

## **Beneficios que representa para las PYMES**

Los beneficios que otorga la tecnología de información en las PYMES cuentan con gran ventaja para la adaptabilidad al cambio que se da en la vida cotidiana,

que es de gran utilidad para incrementar la capacidad de crecimiento y programas de apoyo.

Las nuevas herramientas que ofrece la TI o tecnología de la información son aplicaciones tecnológicas que ayudan a desarrollar la implantación de estrategias y así se puede obtener un beneficio de su uso.

La TI es de mucho beneficio para las PYMES, pero en algunas ocasiones son difíciles de convencer debido a los costos que representa implementar la TI en los negocios ya que generalmente muchos de ellos son administrados por los dueños y les costaría tomar la decisión sobre la tecnología ya que este no es su negocio y así no podrán entender los beneficios que representa realizar este cambio.

Entre los beneficios que pueden ser útiles especialmente para las pequeñas y medianas empresas son:

### **Rapidez en proceso**

Dentro de la rapidez en proceso las TI ayudan a obtener respuestas en menos tiempo de los diferentes tipos de procesos para la elaboración de algún bien o servicio.

### **Reducción de costos**

En la reducción de costo ayuda a las PYMES a poder aumentar las ventas e incrementar sus utilidades ya que puede vender de manera global de una forma detallada, ya que resume operaciones que permitan analizar las oportunidades y actividades de ventas, todo esto se lo puede realizar a menor costo e insumo operativo más bajo.

## **CALIDAD**

### **Definición**

La calidad es la percepción con la que cada individuo cuenta, ya sea para adquirir un bien o cualquier otra cosa de una misma especie, existiendo diversos factores como lo es la cultura, los productos y servicios tomando en

cuenta las necesidades y la perspectiva del producto ya que son factores que influyen de forma directa en la elección del bien.

Existen dos formas en las cuales se puede definir la calidad:

1. “La calidad se refiere a la capacidad que posee un objeto para satisfacer necesidades implícitas o explícitas, un cumplimiento de requisitos.” (Significados, 2014)
2. “La calidad puede referirse a la calidad de vida de las personas de un país, la calidad del agua que bebemos o del aire que respiramos, la calidad del servicio prestado por una determinada empresa, o la calidad de un producto en general.” (Significados, 2014)

### **Importancia**

La importancia de la calidad no solamente es garantizar la obtención de un bien que no tenga defectos, si no también garantizar la satisfacción de las necesidades mediante la mejora continua con el fin de brindar un mejor servicio al menor costo posible.

La buena calidad de un producto o servicio se encuentra establecida por tres cuestiones muy importantes:

- La perspectiva técnica (que abarca los detalles científicos y tecnológicos relacionados al producto en cuestión),
- La dimensión humana (la cual busca promover un vínculo positivo entre clientes y entidades empresariales) y
- La dimensión económica (que busca reducir los costos, tanto para la compañía como para el consumidor). (Definición, 2014)

Algo muy importante que se debe tomar en cuenta en cuanto a la calidad es la cantidad justa de un producto que se encuentra en el mercado, la rapidez con la que se puede distribuir y el precio adecuado para salir a la venta.

## **Cómo lograrla**

La calidad se puede lograr mediante la implementación de las normas ISO que ayuda a la mejora de la producción que de acuerdo a ella se obtienen productos sin defectos y así alcanzar la satisfacción necesaria de los consumidores.

Para alcanzar una mejora en la calidad se puede tomar en cuenta los siguientes pasos:

### **Compromiso de la dirección**

Se deben crear un compromiso en cuanto a productos y servicios de calidad donde no deben ignorar políticas y restricciones para transformar según las necesidades de la organización el área de calidad.

#### **1. Equipo para el mejoramiento de la calidad**

Se debe reunir a gente comprometida y sobre todo capacitada para lograr llegar a aquellos estándares que la empresa ha fijado y sobre todo es importante seguir capacitando al personal por medio de gente 'experta' y conocedora de la misma.

#### **2. Medición**

Es necesario recalcar que las mediciones deben ser claras para lograr una comunicación bien definida ya que se han establecido lenguajes unificados dentro de la calidad y sobre todo para poder comparar los avances que se han logrado a través de cierto tiempo con las nuevas normas.

#### **3. El costo de la calidad**

El costo de calidad es muy alto por tanto algunos ejecutivos no desean invertir en este sistema que es muy necesario para un mejor control del producto.

#### **4. Crear conciencia sobre la Calidad**

Hay que comunicar a todos los niveles sin importar el puesto o la actividad a realizar.

## **5. Acción correctiva**

Actuar en conjunto para provocar que desde todas las áreas de la organización se logre alto grado de calidad y la suma de todas ellas resulte en un producto o servicio final con la calidad determinada previamente.

## **6. Planear el día de cero defectos**

Debe ser planeado de manera realista y tratar de llegar a producir un producto o servicio con los mínimos errores hasta llegar a cero defectos.

## **7. Educación al personal**

Enseñar y especificar a todo el personal ¿qué es lo que se busca? y como se va a llegar a ello.

## **8. Fijar metas**

Se deben fijar objetivos a corto, mediano y largo plazo en una serie de metas cortas que permitan llegar poco a poco a cada una de ellas hasta lograr 'cero defectos'. (López Guzmán, 2014)

## **FINANCIAMIENTO**

### **Definición**

El financiamiento es fundamental para cualquier trámite que se desee realizar puesto que es una contribución de efectivo que se solicita para poder implementar proyectos o cualquier actividad que requiera y se la puede tomar como desarrollo para un negocio.

Una de las maneras más eficientes de obtener financiamiento es realizando préstamos o créditos, los que pueden ser otorgados ya sea por personas físicas (familiares), o también se los puede realizar a través de entidades financieras que se dedican a entregar créditos.

Se da a conocer que especialmente las entidades financieras cobran intereses, ya que es una tasa de interés estipulada previamente esta transacción se llevara a cabo siempre y cuando el dinero esté en manos del cliente y una vez sea entregado comenzara el cobro de dichos pagos.

## **Tipos de financiamiento en el país**

Los tipos de financiamiento que se dan en el país son:

### **Corto plazo**

Financiamiento a corto plazo se lo realiza cuando el plazo establecido para la devolución del dinero que se ha otorgado es menor a un año.

### **Largo plazo**

El financiamiento a largo plazo es cuando el plazo se encuentra establecido para una devolución de dinero que sea mayor a la anterior, esto quiere decir a más de un año.

Otros tipos de financiamiento que se podrá tomar en cuenta son:

### **Financiamiento externo**

El financiamiento externo se da cuando los inversionista forma parte de alguna institución financiera tales como lo son los bancos, empresas que ofrecen créditos, entre otras.

### **Financiamiento interno**

El financiamiento interno se da mediante los fondos propios de la misma empresa o de algún inversionista que tengas acciones en esa misma institución que desee invertir otra suma de dinero para cubrir con la necesidad que la empresa requiera

## **Propuestas de la matriz productiva sobre el financiamiento para las PYMES**

Las PYMES y su financiamiento son un tema de estudio el cual ha llevado a conocer que entidades nacionales e internacionales han intervenido en este tema, puesto que las PYMES juegan un rol muy importante en lo que es la economía y la generación de fuentes de empleo y también de ingresos en los diversos sectores de la sociedad.

El aporte que se obtiene de las PYMES no solo da para generación de fuentes de empleo para la sociedad, sino también permite tener una mayor diversificación, esto permite que se desarrollen y que se potencie una mayor cantidad de sectores productivos en el país, tomando en cuenta estas variantes se abre una oportunidad que se encuentra relacionada con la explotación de nuevos sectores económicos que llegarían a hacer muy productivos para el país.

Estos métodos hacen que la matriz productiva intervenga de manera que implemente estrategias de productividad que mejore la economía del país, esto conlleva a que la ciudadanía ecuatoriana incluya formas de subsistencia de manera que aporten con los beneficios para el estado.

El financiamiento que se logra obtener para las PYMES se da gracias a las estrategias de la matriz productiva que son llevadas a cabo gracias a las entidades financieras quienes aportan también dando créditos para los negocios que desean estar dentro de lo que es el mercado comercial.

## **COMPORTAMIENTO INNOVADOR**

### **Definición**

Comportamiento innovador se define a todas las acciones con creatividad novedosa que son beneficiosas para el desarrollo de la organización dándole un valor agregado a las creaciones que se realicen para así alcanzar una gran acogida y la aceptación del mercado.

### **Aspectos que contempla el comportamiento innovador**

El aspecto que se involucran en el comportamiento innovador es la exploración de oportunidades ya que mediante este método se busca identificar una nueva oportunidad que en algunas ocasiones no responde a los patrones deseados.

La generación de una idea se dirige a la estipulación de mejorar algo sometiendo a pruebas para poder medir el comportamiento de la idea innovadora.

## **Postura de la matriz productiva sobre el comportamiento innovador en las PYMES**

A medida que la matriz productiva realiza los cambios más acorde para el beneficio de todos estos se relacionan con las PYMES ya que se piensa que con la ayuda que brindan les permitirán realizar nuevas estrategias para alcanzar la innovación con la materia prima que nos brinda la naturaleza del país, es un comportamiento que se encuentran están relacionadas ambas partes para llegar alcanzar un mercado potencial y productivo.

## **OFERTA EXPORTABLE**

### **Definición**

Oferta Exportable son los productos con los que cuenta una empresa que se encuentran en condiciones de ser exportados (y que además cuentan con potenciales mercados externos). (López Guzmán, 2014)

La oferta exportable se dedica a realizar solicitud a determinados clientes los cuales estén asociados con la empresa que realizan pedidos de productos que satisfagan las necesidades de los distintos mercados que se encuentren asociados, “la oferta exportable también se encuentra inmersa en la capacidad económica, financiera y la gestión de la empresa en la cual realiza los transmite.” (AJROTA, 2008)

### Disponibilidad de producto

“La empresa debe determinar el volumen que tiene disponible para el mercado externo; debe ser aquel que pueda ofrecer de manera estable o continua.” (AJROTA, 2008)

### Capacidad económica y financiera de la empresa

“La empresa debe contar con los recursos necesarios para solventar una exportación, igualmente debe estar en condiciones de contar con precios competitivos.” (AJROTA, 2008)

### Capacidad de gestión

“La empresa debe desarrollar una cultura exportadora, con objetivos claros y conocimiento de sus capacidades y debilidades.” (AJROTA, 2008)

### **Importancia**

La importancia de la oferta exportable de una empresa es de llevar a cabo estrategias de mejoramiento para una mejor exportación que contengan un portafolio de productos que abarque toda la información detallada de la mercadería que ofrece la empresa.

### **Tipo de oferta exportable.**

Dentro de la oferta exportable existe dos tipos de oferta, la primera se denomina diversificada y la segunda se denomina concentrada.

La oferta diversificada entiende la oferta exportable de distintos sectores productivos de un país.

La oferta concentrada es aquella que solo se basa en un solo sector productivo ya que tiene como finalidad la elaboración masiva y exportación de bienes de un país.

### **Cómo ayuda la matriz productiva en la oferta exportable de las PYMES**

la matriz productiva busca un cambio especializado en los que son las industrias nacionales puesto que de ser un país primario exportador llega a ser un importador de conocimiento basándose en un buen servicio y dándole un valor agregado a los productos que se exportan, en ello trata que las PYMES contribuyan con su conocimiento sobre el mercado para poder alcanzar una mejor exportación fuera del país para de esta manera se trabaja en conjunto tomando en cuenta que estas estrategias se las realiza para mejorar los ingresos del país.

La participación que tiene el Ecuador dentro lo que son las exportaciones es uno de los pasos más importante que ha tenido el país ya que así se ha logrado exportar a países asiáticos, esto es un logro que se da para que así conozcan los productos que tiene el Ecuador puesto que no solo se exporta productos tradicionales si no también nuevos productos.

## **INFRAESTRUCTURA**

### **Definición**

La infraestructura es considerada como un conjunto de elementos o servicios que se encuentran considerados como una necesidad para que la organización pueda funcionar o para que la organización pueda desarrollar una actividad efectiva.

También se conoce como la base material la cual determinara la estructura de una sociedad tomando en cuenta el desarrollo y cambio social de la misma de esta manera se incluyen niveles de fuerzas productivas y las relaciones de producción que se dan en la infraestructura.

“Una infraestructura también es importante, porque como se ha mencionado, a la misma, la componen los medios de producción, tanto los recursos naturales como los medios técnicos y las fuerzas de trabajo, los cuales unidos conforman las fuerzas productivas.” (Definicionabc)

### **Actual situación de la infraestructura en las PYMES**

La situación actual de la infraestructura en la PYMES se está implementando ya que se lleva a cabo planes de desarrollo los cuales idean formas de cómo hacer para que los negocios adquieran más reconocimiento en todo el país, al realizar las estrategias se da a conocer lo que es el comercio electrónico pues es un medio de dar a conocer los productos que tienen los negocios y así hacer más fácil la venta del bien o servicio que se quiere brindar.

El comercio electrónico es uno de los medios por los cuales los negocios pueden tener ingresos, este método ya se ha dado a conocer puesto que se ha efectuado en algunos negocios para venta de los insumos que se desean dar a conocer.

Para la venta en internet existen algunas categorías que son:

Business to Customers (B2C)

Este método se utiliza el internet y correo electrónico, los productos se entregan usualmente por correo postal, esto conlleva a un ahorro de costos al producir, imprimir y también al enviar por correo los catálogos.

#### Business to Business (B2B)

Este es un método muy importante ya que abarca la compra y venta de corporaciones utilizando la tecnología de internet para corregir la forma en que se realizan los contratos entre clientes y suministradores.

#### Consumer to Consumer (C2C)

Método donde se dan a conocer sitios que cualquier cliente o futuro comprador puede dar a conocer un producto para la venta, esto hace que quienes deseen vender un bien o servicio lo realicen de forma directa.

El comercio electrónico es importante ya que ayuda a los negocios a obtener el alcance necesario para satisfacer las necesidades del cliente ya que la tecnología avanza a pasos agigantados haciendo que los negocios implementen formas de venta acordes a las necesidades de consumidor.

“El Comercio Electrónico se puede disponer como una forma de realizar negocios dentro del Ecuador contemplando una redefinición de las estructuras y estrategias de negocios existentes. Caracterizado por:” (Fiallos Ordóñez, 2005)

- Apoyarse fuertemente en la tecnología.
- La competencia llega de cualquier parte.
- “Las empresas pequeñas y medianas pueden llegar a más mercados. El modelo debe evolucionar a la velocidad en que avanza la tecnología. Se requiere que los empresarios rompan los paradigmas en su forma de ver los servicios, a los clientes, para crear nuevos grupos de consumidores más especializados.” (Fiallos Ordóñez, 2005)
- “Cambio de cultura en los clientes para que puedan acceder a nuevas ofertas teniendo así un ambiente nuevo.” (Fiallos Ordóñez, 2005)

- “Exige una producción eficiente, con normas y estándares internacionales que garanticen la presencia y permanencia de los productos y servicios que comercializan.” (Fiallos Ordóñez, 2005)

Por las razones expuestas, “sin un buen modelo de negocios que apoye al comercio electrónico este no necesariamente deberá aumentar las posibilidades de aumentar ganancias, de optimar la empresa y de posicionar marcas.” (Punina, 2013)

### **Cómo se financia la infraestructura en los negocios**

El financiamiento de la infraestructura está financiado de acuerdo con la economía, explotación petrolera y las ventas de servicios con la asociación de países asiáticos, Ecuador se encuentra asociado con China ya que en la actualidad se concretan nuevos proyectos que se encuentran relacionados con este país dando a conocer que Ecuador no cuenta con la suficiente solvencia para mantener el país de una manera propia, por tal razón se asocia con otros países en especial China quien aporta con sus proyectos y nuevas estructuras para el cambio que se desea realizar invirtiendo en proyectos de bajo riesgo y alta rentabilidad como lo son el petróleo y la minería.

### **Cómo la infraestructura afecta a la producción y a la oferta**

La infraestructura en los negocios es muy importante ya que esta hace que los negocios se den a conocer y a mejorar sus ventas para obtener ingresos que sean solventes para el país, de acuerdo con las estrategias de ventas y al impulso innovador que tenga cada negocio, esto hace que fluya las ideas que se tienen en mente para mantener estable las negociaciones que se deben dar para una infraestructura más sólida y confiable.

## **2.2. MARCO LEGAL**

El código orgánico de la producción son normativas que están establecidas de forma específica, con sus respectivos objetivos y lineamientos que dan el aporte y conocimiento para el desarrollo de la producción y comercialización del país.

**CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES,  
COPCI**

**TITULO I**

**Del Desarrollo Productivo y su Institucionalidad**

**Capítulo I**

**Del Rol del Estado en el Desarrollo Productivo**

**“Art. 2.-** Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.”

**“Art. 4.- Fines.-** La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:” (Del Pozo, 2010)

- a. “Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y eco eficiente.” (Camposano Gómez, Espinoza González, & Lucín Castillo, 2014)
- b. Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas.
- c. “Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores.” (Del Pozo, 2010)
- d. “Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables.” (Del Pozo, 2010)
- e. Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico. (Del Pozo, 2010, pág. 6)

## **Capítulo II**

### **De la Institucionalidad del Desarrollo Productivo**

**“Art. 6.- Del Consejo Sectorial.-** Corresponde a la Función Ejecutiva la definición de las políticas de desarrollo productivo y el fomento de las inversiones a través del Consejo Sectorial de la Producción, que se conformará y funcionará según lo establecido en el Reglamento a este Código, enmarcando sus directrices dentro del Sistema Nacional de Planificación.” (Del Pozo, 2010, pág. 9)

## **TITULO III**

### **De la Generación de un Sistema Integral de Innovación,**

#### **Capacitación Técnica y Emprendimiento**

**“Art. 11.- Sistema de Innovación, Capacitación y Emprendimiento.-** El Consejo Sectorial de la Producción, anualmente, diseñará un plan de capacitación técnica, que servirá como insumo vinculante para la planificación y priorización del sistema de innovación, capacitación y emprendimiento, en función de la Agenda de Transformación Productiva y del Plan Nacional de Desarrollo.” (Del Pozo, 2010)

**“Art. 12.- Capital de Riesgo.-** El Estado podrá aportar, a través de mecanismos legales y financieros idóneos, a la conformación de capitales de riesgo. El carácter temporal de las inversiones efectuadas por el Estado deberá ser previamente pactado, tanto en tiempo cuanto en forma; privilegiando los procesos de desinversión del Estado en empresas donde es propietario en forma parcial o exclusiva, a favor de los empleados y trabajadores de dichas empresas, así como a favor de la comunidad en la que tal emprendimiento se desarrolle, dentro de las condiciones y plazos establecidas en cada proyecto.” (Del Pozo, 2010, pág. 11)

**LIBRO III**  
**DEL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y**  
**MEDIANAS EMPRESAS, Y DE LA DEMOCRATIZACION DE LA**  
**PRODUCCION.**

**TITULO I**

**Del Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa**

**Capítulo I**

**Del Fomento y Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas**  
**(MIPYMES)**

**“Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES.-** La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.” (Del Pozo, 2010, pág. 32)

**Capítulo II**

**De los Órganos de Regulación de las MIPYMES**

**“Art. 54.- Institucionalidad y Competencias.-** El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes:” (Del Pozo, 2010)

- a. “Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno.” (Del Pozo, 2010)
- b. “Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo

MIPYMES, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o laboratorios, que se requieran para fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de cada sector.” (Del Pozo, 2010)

- c. “Coordinar con los organismos especializados, públicos y privados, programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción comercial, orientados a promover la participación de las MIPYMES en el comercio internacional.” (Del Pozo, 2010)
- d. “Promover la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las MIPYMES, determinados por la autoridad competente en la materia.” (Del Pozo, 2010)
- e. “Impulsar la implementación de programas de producción limpia y responsabilidad social por parte de las MIPYMES.” (Del Pozo, 2010, págs. 32-33)

## **TITULO II**

### **De la Democratización de la Transformación Productiva y el Acceso a los Factores de Producción**

**“Art. 57.- Democratización productiva.-** En concordancia con lo establecido en la Constitución, se entenderá por democratización productiva a las políticas, mecanismos e instrumentos que generen la desconcentración de factores y recursos productivos, y faciliten el acceso al financiamiento, capital y tecnología para la realización de actividades productivas.” (Del Pozo, 2010)

**“Art. 58.- De la implementación de procesos de Democratización de la transformación productiva.-** El Consejo Sectorial de la Producción diseñará y vigilará la efectiva implementación de la política de democratización de la transformación productiva, a través del diseño e implementación de programas específicos que permitan el acceso efectivo a los factores de producción como la tierra y el capital, entre otros.” (Del Pozo, 2010, págs. 34-35)

## Capítulo II

### Del financiamiento y del capital

**“Art. 62.- Acceso a la banca pública.-** El Consejo Sectorial de la Política Económica determinará y vigilará el acceso de todos los actores productivos al financiamiento de la banca pública; establecerá los lineamientos e incentivos para apoyar el acceso al financiamiento privado, en particular de los actores de la economía popular y solidaria, de las micro, pequeñas y medianas empresas; y, determinará los mecanismos para fomentar la profundización del mercado de valores, para incentivar el acceso de todos los actores de la producción y procurar la reducción de los costos de intermediación financiera.” (Del Pozo, 2010)

**“Art. 63.- Registro.-** Las entidades financieras, públicas y privadas, obligatoriamente, crearán y mantendrán un registro de las operaciones para las empresas calificadas como MIPYMES y reportarán periódicamente al órgano ejecutor de las políticas de MIPYMES.” (Del Pozo, 2010)

**“Art. 64.- Garantías.-** La autoridad reguladora financiera establecerá un régimen especial de garantías para el financiamiento privado y público de las MIPYMES, y para el desarrollo de iniciativas de capital de riesgo, tanto públicas como privadas.” (Del Pozo, 2010)

**“Art. 67.- Otras formas de financiamiento.-** El organismo con la competencia de fomento y regulación de las micro finanzas populares establecerá los mecanismos para potenciar el financiamiento de las micro y pequeñas empresas en todo el territorio nacional, sobre todo en las regiones de menor cobertura financiera y para mejorar la eficiencia y acceso a tecnologías especializadas de los operadores privados del sistema.” (Del Pozo, 2010, págs. 38-39)

## TITULO IV

### Del Fomento y la Promoción de las Exportaciones

**“Art. 93.- Fomento a la exportación.-** El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes

mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno:” (Del Pozo, 2010)

“Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios.” (Del Pozo, 2010)

“Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por la importación de insumos y materias primas incorporados a productos que se exporten, de conformidad con lo establecido en este Código.” (Del Pozo, 2010)

“Derecho a acogerse a los regímenes especiales aduaneros, con suspensión del pago de derechos arancelarios e impuestos a la importación y recargos aplicables de naturaleza tributaria, de mercancías destinadas a la exportación, de conformidad con lo establecido en el libro V de este Código.” (Del Pozo, 2010, pág. 50)

### **2.3. MARCO CONCEPTUAL**

**Comercio:** Conjunto de comerciantes y actividades comerciales de un país, una zona, etc.

**Competitividad:** Capacidad que tiene una persona o cosa competitiva que le permite oponerse a otros en la consecución de un mismo fin.

**Eficiencia:** Capacidad para realizar o cumplir adecuadamente una función.

**Efectividad:** Capacidad para producir el efecto deseado.

**Eficacia:** Capacidad para obrar o para producir el efecto deseado.

**Exportaciones:** Venta de mercancías a un país extranjero.

**Gestión:** Acción o trámite que hay que llevar a cabo para conseguir o resolver una cosa. (Thefreedictionary)

**Importaciones:** Entrada en un país de materias o productos obtenidos, elaborados o fabricados en el extranjero.

**Industria:** Actividad económica y técnica que se desarrolla para obtener, transformar o transportar uno o varios productos naturales.

Conjunto de fábricas o empresas que se dedican a la realización de los mismos productos o de sus componentes.

**Innovación:** Acción y efecto de innovar algo.

**Mercado:** Actividad de compra y venta de mercancías y servicios

**Procesos:** Conjunto de las diferentes fases o etapas sucesivas que tiene una acción o un fenómeno complejos.

**Producción:** Conjunto de los productos que da la tierra o de los que elabora la industria: la producción del país es eminentemente agrícola.

**Productividad:** Relación entre la producción obtenida y los factores utilizados para obtenerla.

**Sustentabilidad:** Que se puede sustentar o defender con razones.  
(Thefreedictionary)

## **2.4. HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **2.4.1. Hipótesis General**

La Nueva Matriz Productiva influye en los Factores Internos de las PYMES del Cantón Milagro, 2014-2015.

### **2.4.2. Hipótesis Específicas:**

La tecnología de la información que promueve la Matriz Productiva, incide en la gestión de las PYMES del Cantón Milagro, 2014-2015

La planeación estratégica que exige la Matriz Productiva influye en el comportamiento innovador de las PYMES del Cantón Milagro.

La calidad del producto o servicio que impulsa la Matriz Productiva influye en la oferta exportable de las PYMES del Cantón Milagro.

Las posibilidades de financiamiento que contempla la Matriz Productiva inciden en la infraestructura de las PYMES del Cantón Milagro.

### **2.4.3. Determinación de las Variables:**

#### **Variables Independientes**

- Matriz Productiva
- Tecnología de la información
- Planeación estratégica
- Calidad
- Financiamiento

#### **Variables Dependientes**

- Factores Internos
- Gestión
- Comportamiento innovador
- Oferta exportable
- Infraestructura

## 2.4.4. Operacionalización de las Variables

CUADRO 1. Operacionalización de las variables

<b>Variables Independientes</b>	<b>Definiciones</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Técnicas</b>	<b>Instrumentos</b>
Matriz Productiva	Es un conjunto de normas reglamentarias que permiten el desarrollo de los negocios existentes en el mercado, el cual permite implementar ideas innovadoras para la mejora del país.	Productividad del país.	Nivel de competitividad	Encuesta	Cuestionario
Tecnología de la Información	Es una herramienta que emplea métodos para recabar, retener, manipular o distribuir información.	Tecnología	Número de herramientas tecnológicas que poseen las PYMES milagreñas.	Encuesta	Cuestionario
Planeación Estratégica	Es una elaboración de procesos que se realiza en las empresas, donde se establecen los objetivos.	Objetivos y Estrategias	Numero indicado de estrategias.	Encuesta	Cuestionario
Calidad	Es la percepción con la que cada individuo cuenta, ya sea para adquirir un bien o cualquier otra cosa de una misma especie.	Satisfacción	25% de incremento de la rentabilidad. Número de clientes de las PYMES milagreñas que declaran estar satisfechos.	Encuesta	Cuestionario
Financiamiento	El financiamiento es un trámite fundamental que ayuda a la implementación de proyecto cualquier actividad que se requiera.	Apalancamiento	Número de inversiones efectuadas. Número de préstamos bancarios.	Encuesta	Cuestionario
<b>Variables Independientes</b>	<b>Definiciones</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Técnicas</b>	<b>Instrumentos</b>
Factores Internos	Son elementos propios de la organización que se deben considerar el análisis de la situación interna de las empresas.	Fortalezas y Debilidades	Número de fortalezas.          Número de debilidades.	Encuesta	Cuestionario
Gestión	“Es la acción o manejo que tiene como objetivo primordial el conseguir aumentar los resultados óptimos de una industria o compañía.” (Concepto de Gestion)	Administración	Número de PYMES Milagreñas que emplean herramientas de gestión.	Encuesta	Cuestionario
Comportamiento Innovador	Son acciones con creatividad novedosas que son beneficiosa para el desarrollo del país.	Cambio e Innovación	Número de innovaciones efectuadas en el año.	Encuesta	Cuestionario
Oferta Exportable	Son los productos con los que cuenta una empresa que se encuentran en condiciones de ser exportados.	Comercio Internacional	Número de mercados internacionales que son atendidos por PYMES milagreñas.	Encuesta	Cuestionario
Infraestructura	“Infraestructura es un conjunto de elementos o servicios que se encuentran considerados como una necesidad para que la organización pueda funcionar.” (Definicionabc)	Recursos Físicos	Cantidad de dinero invertido en la infraestructura de las PYMES milagreñas.	Encuesta	Cuestionario

Elaborado por: Stefany Cabrera–Washington López

## CAPÍTULO III

### MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La investigación aplicada, movida por el espíritu de la investigación fundamental, ha enfocado la atención sobre la solución de teorías. Conciernen a un grupo particular más bien que a todos en general. Se refiere a resultados inmediatos y se halla interesada en el perfeccionamiento de los individuos implicados en el proceso de la investigación. (Tamayo, 2003, pág. 43) Citado de (Best.J.W., pág.13)

**De acuerdo a su finalidad la investigación es:**

#### **Tipos de Investigación**

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

La investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hecho, y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta. (Tamayo, 2003, pág. 46)

**Investigación Histórica.-** La investigación histórica trata de la experiencia pasada; se aplica no sólo a la historia sino también a las ciencias de la naturaleza, al derecho, la medicina o cualquier otra disciplina científica.

En la actualidad, la investigación histórica se presenta como una búsqueda crítica de la verdad que sustenta los acontecimientos del pasado. (Tamayo, 2003, pág. 44)

**Investigación Correlacional.-** El método Correlacional de la investigación científica fue de gran ayuda para poder medir la relación que existe entre la variable o los diferentes conceptos, ya que si no hay una correlación de la misma esto nos va a demostrar que no siguen un mismo patrón sistemático lo cual sería muy difícil de obtener un resultado ya sea positivo o negativo.

En este tipo de investigación se persigue fundamentalmente determinar el grado en el cual las variaciones en uno o varios factores son concomitantes con la variación en otro u otros factores. (Tamayo, 2003, pág. 50)

**Investigación Explicativa.-** La investigación favoreció al aporte de la indagación del proyecto mediante la descripción y desarrollo para encontrar los problemas existentes en él, tomando en cuenta que se puso en práctica para poder encontrar las causas de los inconvenientes que se exponen en el trabajo.

Este es el tipo de investigación que más profundiza nuestro conocimiento de la realidad porque nos explica la razón o el porqué de las cosas, y es por lo tanto más complejo y delicado, pues el riesgo de cometer errores aumenta aquí considerablemente. (Sabino, 1992, pág. 54)

**Investigación Cuanticualitativa o Mixta.-** La investigación mixta fue necesaria para poder llevar a cabo el estudio de la hipótesis del por qué podría darse el problema y cuál sería la mejor respuesta afirmativa que se podría dar ya que esta ayudó al proceso de combinación entre enfoques cualitativo y cuantitativos que implementó una complejidad en el diseño de estudio pero que influye en las ventajas de cada uno de los enfoques.

Este modelo representa el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo. Ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o al menos, en la mayoría de sus etapas. (Hernández Sampieri, 2003)

## **Diseños de Investigación**

**Investigación de Campo.-** Mediante la ayuda de este método de investigación que es muy necesario para poder recolectar datos que sean verídicos con la realidad actual y no solo basándose en hechos históricos que podrían tener un gran sesgo con lo que se está investigando.

Se basan en informaciones o datos primarios, obtenidos directamente de la realidad. Su innegable valor reside en que a través de ellos el investigador puede cerciorarse de las verdaderas condiciones en que se han conseguido sus datos, haciendo posible su revisión o modificación en el caso de que surjan dudas respecto a su calidad. (Sabino, 1992, pág. 80)

**Investigación Bibliográfica.-** Dentro de esta investigación es necesario poner en práctica la Investigación Bibliográfica ya que con este método de estudio se pudo hacer comparaciones de pensamiento o ideas de diferentes escritores y así encontrar una solución más acertada del problema de este estudio que se está ejecutando.

Esta investigación tiene como finalidad dar un gran aporte a la búsqueda de nuevas ideas que se encuentran relacionadas con temas explícitos que dan a conocer sus beneficios para la toma de decisiones que sean acertadas y con una amplia base de información que contribuya con la investigación.

El principal beneficio que el investigador obtiene mediante una indagación bibliográfica es que puede incluir una amplia gama de fenómenos, ya que no sólo tiene que basarse en los hechos a los cuales él tiene acceso de un modo directo sino que puede extenderse para abarcar una experiencia inmensamente mayor. (Sabino, 1992, págs. 77-78)

### **3.2. LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA**

#### **3.2.1. Características de la población**

La Unidad de análisis está integrada por las PYMES del Cantón Milagro, que ascienden a un total de 106 (INEC, 2010) específicamente por sus administradores o dueños; sin embargo se requiere de una segunda población

que estaría integrada por los clientes, en este caso representados por las personas que habitan en el cantón.

Los datos poblacionales han sido obtenidos de fuentes confiables, en este caso del Instituto nacional de Estadísticas y Censos, según censo 2010 de población y vivienda, haciendo uso del sistema REDATAM.

La población de PYMES asciende a 106 y la población del cantón de 20 a 64 años asciende a 77.349 (INEC, 2010)

### **3.2.2. Delimitación de la población**

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

##### **Delimitación Geográfica:**

**País:** Ecuador

**Región:** Costa

**Zona:** 5, Región Litoral

**Provincia:** Guayas

**Cantón:** Milagro

**Total de PYMES 106**

#### **Población 2: Clientes**

##### **Delimitación Geográfica:**

**País:** Ecuador

**Región:** Costa

**Zona:** 5, Región Litoral

**Provincia:** Guayas

**Cantón:** Milagro

**Área:** Rural y Urbana

##### **Delimitación Demográfica:**

**Edad:** 20 a 64 años

**Género:** Femenino y masculino (indistinto)

**Ingreso, clase social:** Indistinto de acuerdo al estudio.

**Total de clientes: 382**

### **3.2.3. Tipo de muestra**

Considerando las características de la población y para disminuir el nivel de sesgo durante la recolección de datos se procedió a trabajar con una muestra probabilística brindando la oportunidad a todos los integrantes de la misma a ser elegidos así se pudo estar dentro del rango del margen de error investigativo.

De los que se emplearon fueron los siguientes:

#### **Simple al azar o aleatorio**

Fue de este tipo ya que se aplicó un cuestionario que evitó cualquier sesgo dentro de la investigación.

#### **Estratificado**

De esta forma va a se dividió la muestra en categorías que corresponden a cada uno de los sectores a los que pertenecen las PYMES milagreñas.

### **3.2.4. Tamaño de la muestra**

Tamaño de la muestra =  $n$

Tamaño de la población =  $N$

Posibilidad de que ocurra un evento =  $p = 0,5$

Posibilidad de no ocurrencia de un evento  $q = 0,5$

Error, se considera el 5%;  $E = 0,05$

Nivel de confianza, que para el 95%  $Z = 1,96$

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

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

$$n = \frac{(106)(0.5)(0.5)}{\frac{(106-1)0.05^2}{1.96^2} + (0.5)(0.5)} = 83.24670864 \text{ PYMES}$$

$$n = 83 \text{ PYMES}$$

### **Muestreo Estratificado**

#### **Cantidad de PYMES milagreñas de acuerdo al sector económico**

**CUADRO 2. Muestra de la PYMES Milagreñas**

<b>Sector</b>	<b>Población</b>	<b>Porcentaje Poblacional</b>	<b>Muestra</b>
<b>Manufactura</b>	<b>5</b>	<b>4,72</b>	<b>4</b>
<b>Comercio</b>	<b>35</b>	<b>33,02</b>	<b>27</b>
<b>Servicio</b>	<b>65</b>	<b>61,32</b>	<b>51</b>
<b>Otros</b>	<b>1</b>	<b>0,94</b>	<b>1</b>
<b>TOTAL</b>	<b>106</b>	<b>100,00</b>	<b>83</b>

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

#### **Muestra Estratificada por considerando el Tamaño de la empresa y Sector Económico.**

**CUADRO 3. Muestra de la PYMES Milagreñas por tamaño**

<b>Sector</b>	<b>Población</b>		<b>Porcentajes</b>		<b>Muestra</b>	
	<b>Pequeña</b>	<b>Mediana</b>	<b>Pequeña</b>	<b>Mediana</b>	<b>Pequeña</b>	<b>Mediana</b>
Manufactura	4	1	3,77	0,94	3	1
Comercio	34	1	32,08	0,94	27	1
Servicio	57	8	53,77	7,55	44	6
Otros	1	0	0,94	0,00	1	0
<b>TOTAL</b>	96	10				
	106		100%			

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

## **Población 2: Clientes**

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

$$n = \frac{(77349)(0.5)(0.5)}{\frac{(77349-1)0.05^2}{1.96^2} + (0.5)(0.5)} = 382.2663855 \text{ HABITANTES}$$

$n= 382$  habitantes

### **3.2.5. Proceso de Selección**

Para el presente estudio la muestra elegida fue un tipo de muestreo probabilístico, ya que al aplicar la fórmula se obtuvo 83 PYMES a estudiar, y dicho trabajo se realizó al criterio de los resultados obtenidos.

## **3.3. LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS**

### **3.3.1. Métodos teóricos**

**Inductivo.-** Es un proceso analítico-sintético mediante el cual se parte del estudio de casos o fenómenos particulares para llegar al esclarecimiento de un principio o ley general que los rige. (Barrios R, 2003, pág. 28)

Método que aportó con el estudio de cada uno de los factores internos que se encuentran inmersos en esta investigación ya que contribuye a obtener o llegar a una conclusión de cada uno de los temas expuestos para una mejor visión de lo que se desea obtener tomando en cuenta las bases fundamentales y cada una de las normas para lograr evitar fallos en el estudio.

**Deductivo.-** Sigue un proceso sintético-analítico, es decir contrario de lo anterior; se representan conceptos, definiciones, leyes o normas generales, de las cuales se extraen conclusiones y consecuencias particulares sobre la base de afirmaciones generales presentadas. (Barrios R, 2003, pág. 29)

A través del método Deductivo se pudo tener un mejor proceso de descripción de las variables que están dentro del campo de estudio, así se puede contraer

mejores conceptos o pensamiento acerca de ellas llegando también a una mejor conclusión.

**Analítico.-** Descompone todo lo que trata en sus elementos; trata de entender la situación total en términos de sus componentes; intenta descubrir los elementos que componen cada totalidad y las interrelaciones que explican su integración. (Barrios R, 2003, pág. 32)

Dentro de la investigación que se está realizando se pone en práctica gran parte del método analítico ya que se necesita un gran estudio de sus factores para poder identificar cada uno de los componentes que lo conforman.

**“Sintético.-** Es el utilizado en todas las ciencias experimentales ya que mediante ésta se extraen las leyes generalizadoras, y lo analítico es el proceso derivado del conocimiento a partir de las leyes.” (Ranguelov Youlianov, 2001)

El método sintético se lo utilizó en el momento de expresar los resultados de la investigación y plasmar en forma sintetizada y simple una propuesta que dé solución al problema de estudio.

**Lógico.-** Se le define como el conjunto de reglas o medios que se han de seguir o emplear para redescubrir la verdad o para que la demuestre el profesor. (Gonzalo, 2009)

Mediante este método se pudo acceder a muchas series de conocimientos diferentes con la finalidad de buscar a llegar siempre a la verdad y así poder evitar el sesgo hacia otros puntos que podrían ser erróneos con el estudio de esta investigación.

**“Matemático.-** Las relaciones entre las cosas son el contenido de la ciencia y sólo mediante la comparación se puede decir que dos elementos son iguales o diferentes. La ciencia natural reduce todo en el mundo existente a un sistema de números y fórmulas matemáticas que expresan medidas y relaciones.” (Ranguelov Youlianov, 2001)

El método matemático ha sido de gran utilidad dentro del trabajo de investigación ya que se utilizó para poder sacar un promedio del campo, esto

es en el cálculo de la muestra y posteriormente en las representaciones estadísticas.

### **3.3.2. Métodos empíricos**

Se empleó la Encuesta cuyo instrumento es el cuestionario y la entrevista con su instrumento la guía de preguntas estructurada. A continuación dentro de las técnicas se hace una descripción de este método empírico.

### **3.3.3. Técnicas e instrumentos**

#### **Encuesta.-**

“La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica.” (Thompson, 2010)

Se efectuarán dos encuestas ya que de acuerdo a nuestra problemática encontramos dos poblaciones las cuales son las PYMES y los clientes entre 20 y 60 años de edad del cantón Milagro. Serán preguntas con respuestas cerradas para obtener un resultado más claro acerca de los resultados de las mismas y no exista ningún tipo de error.

El instrumento de la encuesta es el cuestionario, este consistió en un conjunto de preguntas que utilizó la escala de Likert, en total fueron 25 preguntas.

#### **Entrevista.-**

“Es una relación directa entre personas por la vía oral, que se plantea unos objetivos claros y prefijados, al menos por parte del entrevistador, con una asignación de papeles diferenciales, entre el entrevistador y el entrevistado, lo que supone una relación asimétrica.” (Silva, 1979)

Para poder obtener una información bien detallada sobre la entrevista realizada se planteó preguntas abiertas claves del tema a tratarse para así poder llegar a una mejor conclusión del por qué el problema y cuál podría ser la solución más favorable para todos.

Su instrumento es la guía de preguntas estructurada que consiste en una serie de preguntas ordenadas y coherentes que se llevan previamente preparadas para la entrevista a fin de tener presente todos los tópicos a tratar y en total estuvo integrada por 13 preguntas.

#### **3.4. PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.**

El presente proyecto tuvo como apoyo la ayuda del programa de Microsoft Excel el cual permitió tabular los resultados de una manera más rápida para así poder tener un resultado inmediato y eficaz, el mismo que fue sometido a una lectura interpretativa y posteriormente a un análisis que llevó a establecer los resultados de la investigación y la verificación de las hipótesis para dar paso a la presentación de una propuesta o solución ante la problemática estudiada.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

#### 4.1. Análisis de la situación actual

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

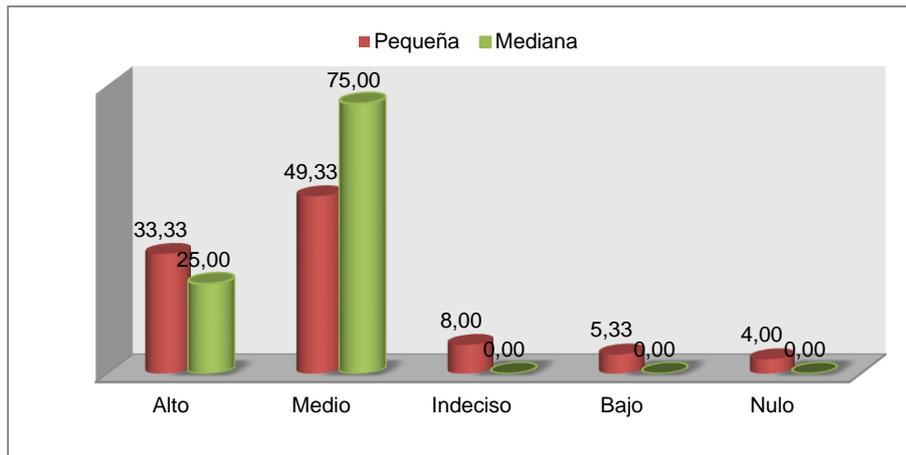
**1.-Su nivel de conocimiento acerca de la matriz productiva y cómo esta afecta a su negocio, es:**

**CUADRO 4. Nivel de conocimiento sobre la matriz productiva y su efecto en las PYMES.**

ALTERNATIVAS	PEQUEÑAS EMPRESAS						EMPRESAS MEDIANAS						TOTAL
	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	
Alto	16	8	1	0	25	33,33	2	0	0	0	2	25,00	27
Medio	20	14	2	1	37	49,33	4	1	1	0	6	75,00	43
Indeciso	6	0	0	0	6	8,00	0	0	0	0	0	0,00	6
Bajo	1	3	0	0	4	5,33	0	0	0	0	0	0,00	4
Nulo	1	2	0	0	3	4,00	0	0	0	0	0	0,00	3
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>75</b>	<b>100,00</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>100,00</b>	<b>83</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro  
**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

**FIGURA 1. Nivel de conocimiento sobre la matriz productiva y su efecto en las PYMES.**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro  
**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

### **Lectura Interpretativa:**

El 75% de las PYMES medianas tienen un conocimiento acerca de la matriz productiva y cuáles son el efecto que esta puede causarles ya sean para bien o para mal, y un 33,33% de las pequeñas pymes son los que tiene un mejor conocimiento de acuerdo con la pregunta planteada, el 8% de los negocios pequeños están indeciso de lo que trata la matriz productiva.

### **Análisis:**

De acuerdo con la pregunta planteada anteriormente el mayor conocimiento acerca de la matriz productiva lo tienen los dueños de las pymes medianas ya que estos han estado más al tanto de la información acerca de los efecto que tendría en cada uno de los negocios; en el caso de los negocios pequeños no tienen conocimiento suficiente sobre la matriz y por lo tanto no podría implementar los nuevos cambios que busca el gobierno implementar en los negocios, por lo cual es aconsejable que se brinde más información a todos los negocios ya sean grandes, medianos o pequeños para que así estén informados por igual.

**2.- ¿Cree usted que las fortalezas o factores positivos de su negocio superan a las debilidades o factores negativos que este posee?**

**CUADRO 5. Opinión acerca de que los factores positivos superan a los negativos en las PYMES.**

ALTERNATIVAS	PEQUEÑAS EMPRESAS						EMPRESAS MEDIANAS						TOTAL
	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	
Muy de acuerdo	12	8	0	0	20	26,67	1	0	0	0	1	12,50	21
De acuerdo	22	16	2	1	41	54,67	5	1	1	0	7	87,50	48
Indeciso	4	2	1	0	7	9,33	0	0	0	0	0	0,00	7
En desacuerdo	3	1	0	0	4	5,33	0	0	0	0	0	0,00	4
Muy en desacuerdo	3	0	0	0	3	4,00	0	0	0	0	0	0,00	3
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>75</b>	<b>100,00</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>100,00</b>	<b>83</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro  
Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

**FIGURA 2. Opinión acerca de que los factores positivos superan a los negativos en las PYMES.**



Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro  
Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

**Lectura Interpretativa:**

Mediante la figura se puede observar que el 87,50% de las PYMES medianas están de acuerdo que tienen mayor fortaleza en sus negocios que sus propias debilidades pero los dentro de los pequeños negocios hay un 26,67% que están muy de acuerdo con que los negocios poseen más fortaleza que debilidades y otras con un 54,67% que tienen la misma opinión que las PYMES medianas pero también existe un 9,33% y un 5,33% que están indecisos y en desacuerdos.

## Análisis:

De acuerdo con la encuesta realizada las PYMES milagreñas da como resultado que tienen más fortalezas que debilidades las cuales favorecen al fortalecimiento de los futuros planes estratégicos que el gobierno se encuentra estableciendo para una mejora de la economía del país y de los ciudadanos con los respectivos negocios que aportan con el bienestar comercial y los cambios que está efectuando la nueva matriz productiva.

### 3.- ¿Considera usted que los cambios efectuados por el gobierno en la nueva matriz productiva (financiamiento, temas tributarios y legales, etc.) influyen en los factores internos de su negocio?

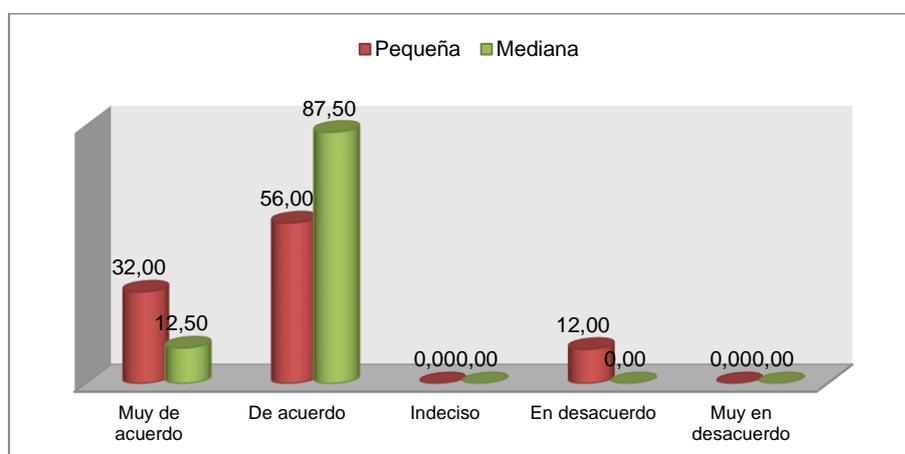
**CUADRO 6. Influencia de cambios de la nueva matriz productiva, en los factores internos de las PYMES.**

ALTERNATIVAS	PEQUEÑAS EMPRESAS						EMPRESAS MEDIANAS						TOTAL
	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	
Muy de acuerdo	14	10	0	0	24	32,00	0	0	1	0	1	12,50	25
De acuerdo	22	16	3	1	42	56,00	6	1	0	0	7	87,50	49
Indeciso	0	0	0	0	0	0,00	0	0	0	0	0	0,00	0
En desacuerdo	8	1	0	0	9	12,00	0	0	0	0	0	0,00	9
Muy en desacuerdo	0	0	0	0	0	0,00	0	0	0	0	0	0,00	0
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>75</b>	<b>100,00</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>100,00</b>	<b>83</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

**FIGURA 3. Influencia de cambios de la nueva matriz productiva, en los factores internos de las PYMES.**



Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

### Lectura Interpretativa:

Los porcentajes que se muestra en la figura correspondiente a la pregunta empleada la mayoría de las PYMES pequeñas y medianas están de acuerdo con un 56% y un 87,50% las cuales influyen con los nuevos cambios que se encuentran inmersos en los factores internos de cada negocio.

### Análisis:

Los resultados evidencian que las PYMES se encuentran de acuerdo con que los cambios que se están efectuando en la nueva matriz productiva afectarán a los factores internos de los negocios debido al alza de impuestos y cambio de leyes, como se puede implicar los impuestos en las aduanas y su alto valor para obtener mercadería del exterior debido a que en algunos negocios trabajan de esa manera; con todo lo expuesto afecta al sector comercial en todos los aspectos financieros debido a los cambios efectuados, esto en el caso de las importadoras. Para las PYMES manufactureras la posición es otra habrá una ventaja como resultado de la política de sustitución de importaciones.

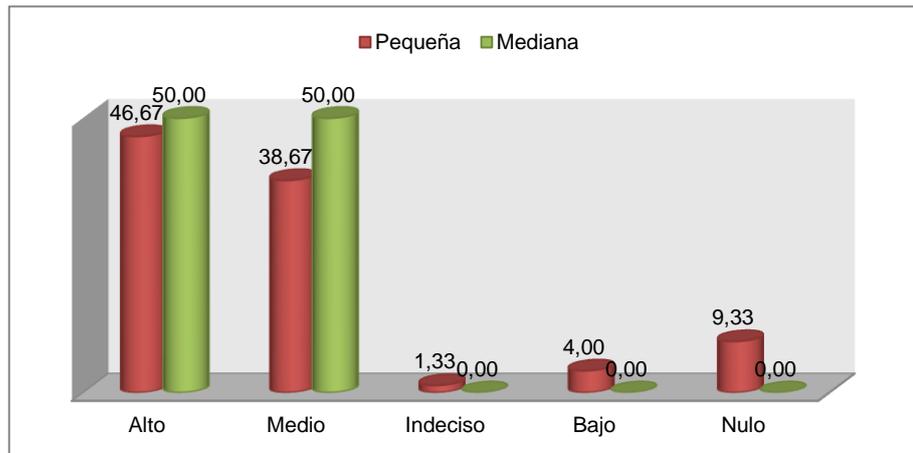
### 4.- Su nivel de conocimiento acerca de la tecnología de la información y su importancia dentro de las PYMES, es:

**CUADRO 7. Nivel de conocimiento sobre la necesidad de la tecnología de la información en las PYMES.**

ALTERNATIVAS	PEQUEÑAS EMPRESAS						EMPRESAS MEDIANAS						TOTAL
	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	
Alto	19	13	3	0	35	46,67	3	0	1	0	4	50,00	39
Medio	17	11	0	1	29	38,67	3	1	0	0	4	50,00	33
Indeciso	1	0	0	0	1	1,33	0	0	0	0	0	0,00	1
Bajo	0	3	0	0	3	4,00	0	0	0	0	0	0,00	3
Nulo	7	0	0	0	7	9,33	0	0	0	0	0	0,00	7
<b>TOTAL</b>	44	27	3	1	75	100,00	6	1	1	0	8	100,00	83

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro  
**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

**FIGURA 4. Nivel de conocimiento sobre la necesidad de la tecnología de la información en las PYMES.**



Fuente:

Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro  
**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

### **Lectura Interpretativa:**

Dentro el nivel de conocimiento de la tecnología de la información y la importancia en la PYMES hay un nivel alto con un 50% las medianas y un 46,67% los pequeños negocios, por lo cual se puede ver que los negocios están al tanto de lo nuevo en tecnología ya que la otra mitad está en un nivel medio sobre el conocimiento con un 50% las PYMES medianas y un 38.67% las PYMES pequeñas.

### **Análisis:**

Las PYMES tienen un alto conocimiento acerca de la tecnología de la información, pero no la poseen o la ponen en práctica al 100%, aunque en algunos negocios se genera un desconocimiento esto varía de acuerdo al establecimiento y a la actividad a que se dedica cada negocio puesto que existe variedad de PYMES con distintos tipos de artículos, productos y/o servicios que de una manera u otra aportan con el comercio en el Cantón.

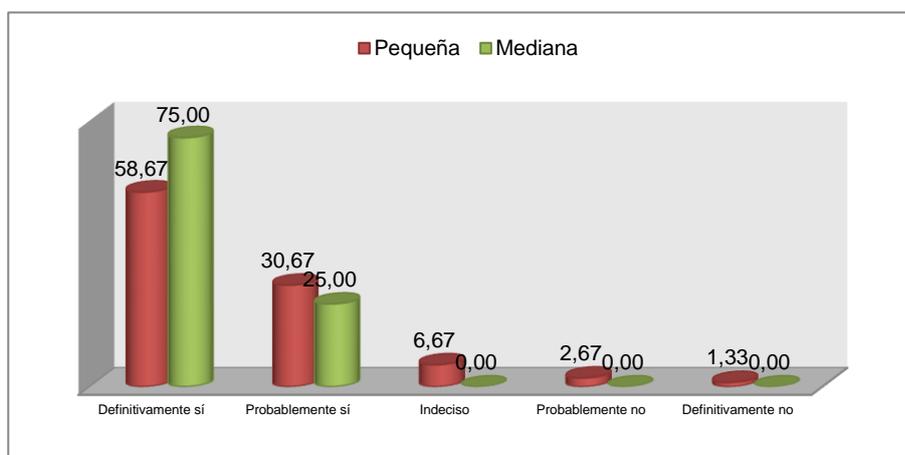
## 5.- ¿Cree usted que la gestión de las PYMES mejora a través de la tecnología de la información?

**CUADRO 8. Mejoramiento que se impulsa a través de una tecnología de la información mediante una gestión estratégica.**

ALTERNATIVAS	PEQUEÑAS EMPRESAS						EMPRESAS MEDIANAS						TOTAL
	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	
Definitivamente sí	26	16	2	0	44	58,67	5	1	0	0	6	75,00	50
Probablemente sí	11	11	0	1	23	30,67	1	0	1	0	2	25,00	25
Indeciso	4	0	1	0	5	6,67	0	0	0	0	0	0,00	5
Probablemente no	2	0	0	0	2	2,67	0	0	0	0	0	0,00	2
Definitivamente no	1	0	0	0	1	1,33	0	0	0	0	0	0,00	1
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>75</b>	<b>100,00</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>100,00</b>	<b>83</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro  
Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

**FIGURA 5. Mejoramiento que se impulsa a través de una tecnología de la información mediante una gestión estratégica.**



Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro  
Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

### Lectura Interpretativa:

De acuerdo con la encuesta realizada las PYMES tanto medianas como pequeñas creen la gestión mejoraría a través de la tecnología de la información ya que sus repuesta en ambas tanto la medianos y pequeños negocios es de un 75% y un 58,67% que definitivamente si cambiaria y un probablemente si cambiaria con un 30,67% las pequeña y un 25% de las medianas.

## Análisis:

Las encuestas dan como resultado que las PYMES están definitivamente de acuerdo con que la tecnología de la información es muy importante para cada negocio ya que les aporta con datos importantes de los clientes que tienen cada uno de los establecimientos y esto hace más eficaz la atención al cliente y aportar mucho más con los beneficios que requiera cada usuario.

## 6.- ¿Considera usted que la tecnología de la información es fundamental para la superación de su negocio?

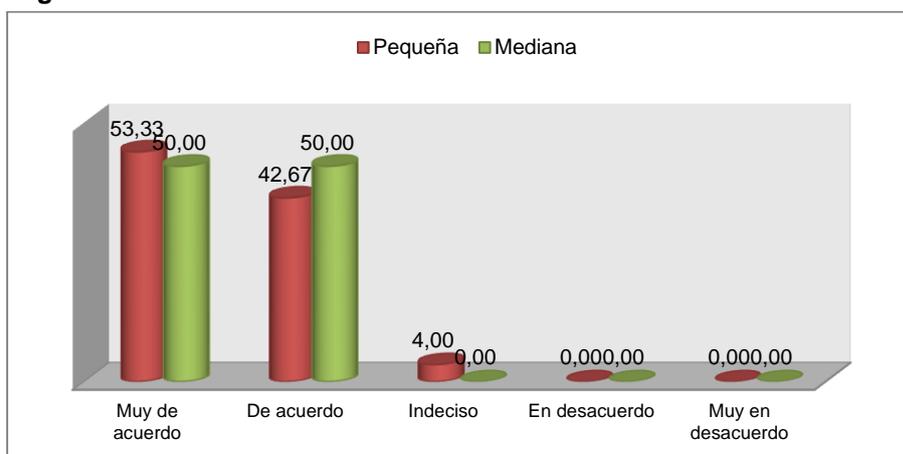
**Cuadro 9. Información acerca de la tecnología y la superación de los negocios.**

ALTERNATIVAS	PEQUEÑAS EMPRESAS						EMPRESAS MEDIANAS						TOTAL
	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	
Muy de acuerdo	24	16	0	0	40	53,33	4	0	0	0	4	50,00	44
De acuerdo	18	11	2	1	32	42,67	2	1	1	0	4	50,00	36
Indeciso	2	0	1	0	3	4,00	0	0	0	0	0	0,00	3
En desacuerdo	0	0	0	0	0	0,00	0	0	0	0	0	0,00	0
Muy en desacuerdo	0	0	0	0	0	0,00	0	0	0	0	0	0,00	0
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>75</b>	<b>100,00</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>100,00</b>	<b>83</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

**Figura 6. Información acerca de la tecnología y la superación de los negocios.**



Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro

Elaborado por: Cabrera - López.

### Lectura Interpretativa:

Para las PYMES tanto medianas como pequeñas consideran que la tecnología de la información es muy fundamental para los negocios ya que un 53,33% están muy de acuerdo y un 42,67 esta solo de acuerdo en caso de las pequeñas PYMES y en el caso de las medianas el 50% está muy de acuerdo y el otro 50% esta solo de acuerdo al igual que las pequeñas dicen que si consideran que fundamental la tecnología de la información para que su negocio se supere.

### Análisis:

La tecnología de la información es muy importante para los negocios y las PYMES del Cantón Milagro están muy de acuerdo con ello ya que les ayuda con las nuevas implementaciones para mejorar los negocios existentes así poder contribuir con las estrategias que el gobierno dispone.

### 7.- ¿Implementaría procesos innovadores dentro de su negocio para poder contribuir con la matriz productiva?

**CUADRO 10. Contribución en los procesos innovadores como aporte a la matriz productiva.**

ALTERNATIVAS	PEQUEÑAS EMPRESAS						EMPRESAS MEDIANAS						TOTAL
	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	
Siempre	22	14	1	0	37	49,33	2	0	0	0	2	25,00	39
A veces	16	9	2	1	28	37,33	3	1	1	0	5	62,50	33
Indeciso	5	0	0	0	5	6,67	1	0	0	0	1	12,50	6
Rara veces	1	2	0	0	3	4,00	0	0	0	0	0	0,00	3
Nunca	0	2	0	0	2	2,67	0	0	0	0	0	0,00	2
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>75</b>	<b>100,00</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>100,00</b>	<b>83</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

**FIGURA 7. Contribución en los procesos innovadores como aporte a la Matriz Productiva.**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro  
**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

### **Lectura Interpretativa:**

El 62,50% que corresponde a las PYMES medianas implementaría a veces los procesos innovadores y un 49,33% de las PYMES pequeñas siempre realizarían proceso de innovación ya que esto les permitirá contribuir con la nueva matriz productiva que desea implementar el gobierno, el 12,50% de las PYMES medianas y un 6,67% de las PYMES pequeñas están indecisas al no poder decidir implementar o no procesos de innovación.

### **Análisis:**

Las PYMES tienen como opinión que los procesos innovadores se deben exponer en forma no tan regular debido a los costos elevados en el mercado ya que no se cuenta con suficiente efectivo para implementar planes de innovación en los establecimientos, en ciertos casos ya sea infraestructura o mercadería para abastecer dicho negocio.

## 8.- ¿La administración de su PYMES se efectúa en base a una planeación estratégica definida?

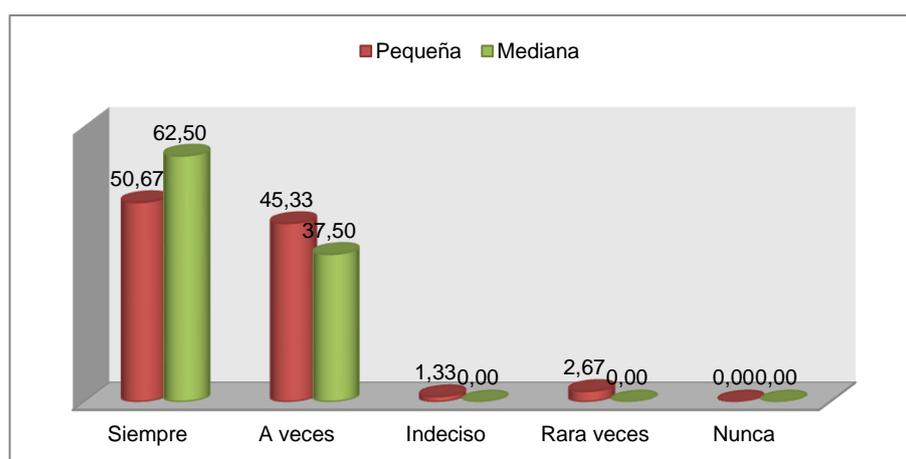
**CUADRO 11. Base fundamental en la planeación estratégica en cuanto a la administración de las PYMES.**

ALTERNATIVAS	PEQUEÑAS EMPRESAS						EMPRESAS MEDIANAS						TOTAL
	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	
Siempre	23	14	0	1	38	50,67	4	1	0	0	5	62,50	43
A veces	18	13	3	0	34	45,33	2	0	1	0	3	37,50	37
Indeciso	1	0	0	0	1	1,33	0	0	0	0	0	0,00	1
Rara veces	2	0	0	0	2	2,67	0	0	0	0	0	0,00	2
Nunca	0	0	0	0	0	0,00	0	0	0	0	0	0,00	0
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>75</b>	<b>100,00</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>100,00</b>	<b>83</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

**FIGURA 8. Base fundamental en la planeación estratégica en cuanto a la administración de las PYMES.**



Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

### Lectura Interpretativa:

Dentro de la PYMES un 62,50% correspondiente a las medianas y pequeñas con un 50,67% siempre efectúan un planeación estratégica bien definida y lo restante un 45,33% que corresponde a las pequeñas y las medianas con un 37,50% hacen a veces una planeación estratégica en sus negocios porque creen que no es necesario hacerla siempre.

## Análisis:

Las PYMES consideran que teniendo una buena planificación estratégica los negocios son más sólidos y llevan un mejor método de cómo mantenerse en el mercado para adquirir más información de la competencia y así ser más competitivas para obtener una mejor rentabilidad de sus negocios.

## 9.- ¿Considera usted que la innovación se logra si se trabaja de forma planificada?

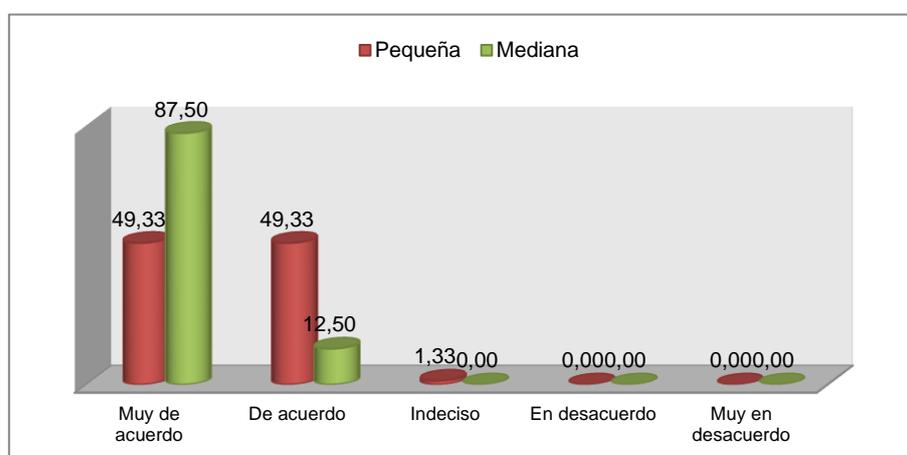
**CUADRO 12. Opinión actual acerca de la innovación al trabajar de forma planificada.**

ALTERNATIVAS	PEQUEÑAS EMPRESAS						EMPRESAS MEDIANAS						TOTAL
	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	
Muy de acuerdo	24	13	0	0	37	49,33	6	0	1	0	7	87,50	44
De acuerdo	19	14	3	1	37	49,33	0	1	0	0	1	12,50	38
Indeciso	1	0	0	0	1	1,33	0	0	0	0	0	0,00	1
En desacuerdo	0	0	0	0	0	0,00	0	0	0	0	0	0,00	0
Muy en desacuerdo	0	0	0	0	0	0,00	0	0	0	0	0	0,00	0
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>75</b>	<b>100,00</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>100,00</b>	<b>83</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

**FIGURA 9. Opinión actual acerca de la innovación al trabajar de forma planificada.**



Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

### Lectura Interpretativa:

En las PYMES medianas un 87,50% está muy de acuerdo los mismo las pequeñas con un 49,33 que es necesario trabajar de forma planificada para poder alcanzar la innovación en los negocios, un 49,33 las pymes pequeñas y el 12,50 de las medianas solo están de acuerdo trabajar de forma planificada lo cual se podría decir que no es necesario hacer siempre una planificación.

### Análisis:

El análisis de la pregunta 8 da como resultado que las PYMES favorecen el hecho de que teniendo una buena planificación se llevará a cabo una excelente innovación en el negocio, que al tener su negocio fundamentado en conocimientos de planificación se tendrá una apertura aun mayor que el hecho de no tener planificado el rendimiento de su negocio.

### 10.- Considera usted que el nivel de calidad con que trabaja su PYMES es:

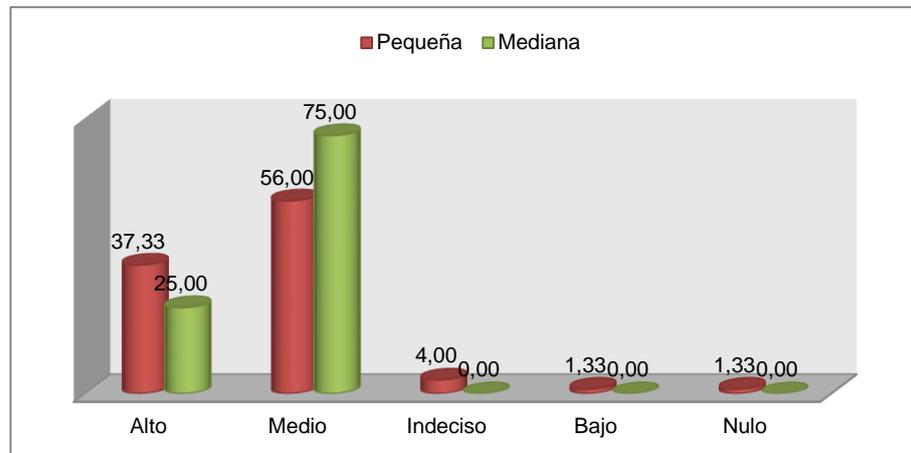
**CUADRO 13. Nivel de calidad con que trabaja las PYMES.**

ALTERNATIVAS	PEQUEÑAS EMPRESAS						EMPRESAS MEDIANAS						TOTAL
	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	
Alto	16	12	0	0	28	37,33	1	0	1	0	2	25,00	30
Medio	23	15	3	1	42	56,00	5	1	0	0	6	75,00	48
Indeciso	3	0	0	0	3	4,00	0	0	0	0	0	0,00	3
Bajo	1	0	0	0	1	1,33	0	0	0	0	0	0,00	1
Nulo	1	0	0	0	1	1,33	0	0	0	0	0	0,00	1
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>75</b>	<b>100,00</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>100,00</b>	<b>83</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro

**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

**FIGURA 10. Nivel de calidad con que trabaja las PYMES.**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro

**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

### **Lectura Interpretativa:**

El 75% de las PYMES medias y al 56% de las PYMES pequeñas está en un nivel medio de calidad con que trabajan ya que un 37,33 de las pequeñas PYMES y un 25% de los medianos dicen que están en un alto nivel de calidad de sus producto o servicios ya que si es así el mayor porcentaje es medio lo que se tendría corregir para que todas las PYMES tengan un alto nivel de calidad y no sea medio.

### **Análisis:**

Los negocios encuestados opinan que los productos o servicios que ofrecen a los cliente son de buena calidad aunque se debe mejorar día a día para satisfacer al cliente de forma permanente y no solo en ocasiones así se tendrá un mejor enfoque de lo que desea encontrar la matriz productiva de acuerdo a las innovaciones en el mercado, ya que necesitan mucho potencial para poner en marcha las estrategias acordadas en el Plan del Buen Vivir.

## 11.- Actualmente la actividad de exportación de su PYMES es:

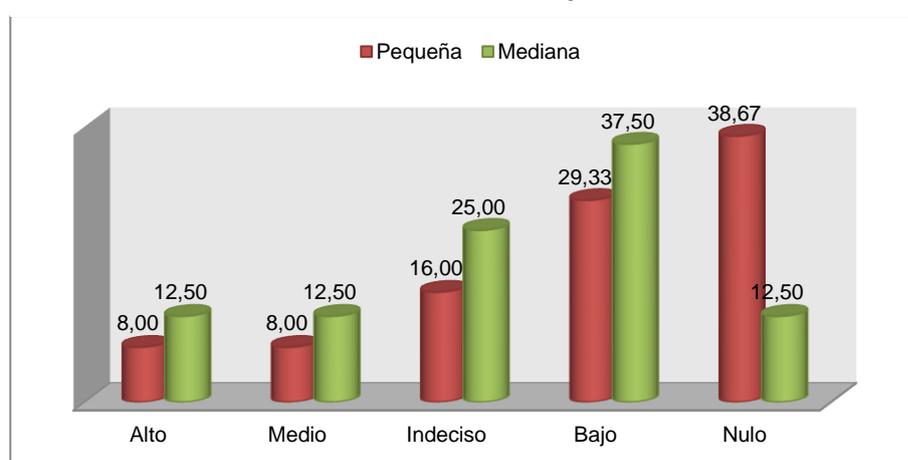
**CUADRO 14. Conocimiento en cuanto a la exportación de las PYMES.**

ALTERNATIVAS	PEQUEÑAS EMPRESAS						EMPRESAS MEDIANAS						TOTAL
	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	
Alto	4	2	0	0	6	8,00	1	0	0	0	1	12,50	7
Medio	4	2	0	0	6	8,00	1	0	0	0	1	12,50	7
Indeciso	9	3	0	0	12	16,00	1	1	0	0	2	25,00	14
Bajo	8	12	1	1	22	29,33	2	0	1	0	3	37,50	25
Nulo	19	8	2	0	29	38,67	1	0	0	0	1	12,50	30
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>75</b>	<b>100,00</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>100,00</b>	<b>83</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

**FIGURA 11. Conocimiento en cuanto a la exportación de las PYMES.**



Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

### Lectura Interpretativa:

En la actividad de exportación de las PYMES se puede observar que en las pequeñas hay varias respuesta ya que un 38,67% no hacen exportación y un 8% dicen que si en total un 53,33% está en un nivel medio, indeciso, bajo de exportación y en las PYMES mediana solo un 12,15% no realizan esta actividad ya que el 37,50% si lo realizan en un nivel bajo , solo el 12,50% tienen un alto nivel de exportación y el 37,50% está en un nivel medio e indeciso de realizar esta actividad.

### Análisis:

En la actualidad las PYMES milagreñas no cuentan con muchas exportaciones ya que se complica un poco debido a la alza de precios en los productos

elaborados y su materia prima en ocasiones es escasa, solo un porcentaje mínimo son los negocios que exportan pues cuentan con más facilidad de exportación de acuerdo al producto o servicio que deseen exportar. Además desconocen los pasos o procedimientos para exportar y cuáles son los destinos que requieren de su producción.

## 12.- ¿Sus productos y/o servicios tienen las características necesarias para que sean exportados a otros países?

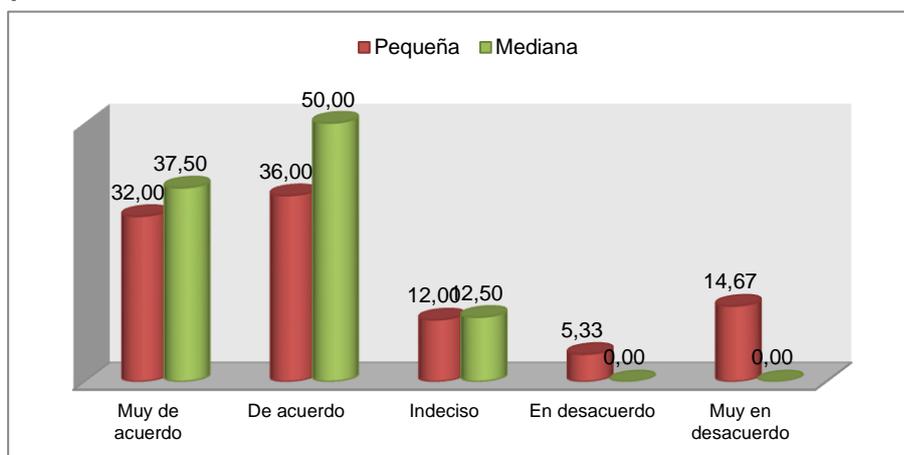
**CUADRO 15. Características necesarias para la exportación a otros países.**

ALTERNATIVAS	PEQUEÑAS EMPRESAS						EMPRESAS MEDIANAS						TOTAL
	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	
Muy de acuerdo	16	8	0	0	24	32,00	3	0	0	0	3	37,50	27
De acuerdo	14	11	1	1	27	36,00	2	1	1	0	4	50,00	31
Indeciso	4	3	2	0	9	12,00	1	0	0	0	1	12,50	10
En desacuerdo	4	0	0	0	4	5,33	0	0	0	0	0	0,00	4
Muy en desacuerdo	6	5	0	0	11	14,67	0	0	0	0	0	0,00	11
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>75</b>	<b>100,00</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>100,00</b>	<b>83</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro

**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

**FIGURA 12. Características necesarias para la exportación a otros países.**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro

**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

### Lectura Interpretativa:

Las PYMES medianas 37,50% están muy de acuerdo, el 50% están de acuerdo y el 12,50% están indecisos sobre que si sus productos o servicios tienen las características necesarias para ser exportados y en el caso de las PYMES pequeñas hay un 32% muy de acuerdo, un 36% de acuerdo, un 12,50% están indecisos, un 5,33% en desacuerdo y un 14,67% están en total desacuerdo que sus productos pueden ser exportados a otros países ya sea por falta de cubrir con la característica que requieren en otros países.

### Análisis:

Los negocios medianos afirman e un alto porcentaje que los productos que brindan a la ciudadanía son los mejores y están adecuados para poder ser exportados ya que poseen una calidad favorable y cumplen con las expectativas de producción.

### 13.- ¿Estaría usted dispuesto a iniciar o incrementar actividades de exportación si tuviese apoyo del gobierno?

**CUADRO 16. Incremento de exportación si tuviese apoyo del gobierno.**

ALTERNATIVAS	PEQUEÑAS EMPRESAS						EMPRESAS MEDIANAS						TOTAL
	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	
Siempre	14	14	0	0	28	37,33	2	0	1	0	3	37,50	31
A veces	22	13	2	1	38	50,67	4	1	0	0	5	62,50	43
Indeciso	0	0	1	0	1	1,33	0	0	0	0	0	0,00	1
Rara veces	0	0	0	0	0	0,00	0	0	0	0	0	0,00	0
Nunca	8	0	0	0	8	10,67	0	0	0	0	0	0,00	8
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>75</b>	<b>100,00</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>100,00</b>	<b>83</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro

**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

**FIGURA 13. Incremento de exportación si tuviese apoyo del gobierno.**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro  
**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

### **Lectura Interpretativa:**

Las PYMES medianas muestran un 37,50% que si realizarían actividades de exportación si tuviese apoyo del gobierno y un 62,50% que es la mayoría que solo la harían a veces no siempre y dentro de las pequeñas hay un 50,67% que lo harían a veces y un 37,33% que si iniciarían las actividades de exportación.

### **Análisis:**

Las PYMES opinan que si accederían a financiamientos que el gobierno ofrece ya que quisieran mejorar la infraestructura de su negocio e implementar más mercadería para poder satisfacer al clientes exigentes que se encuentran en el mercado comercial ya que esto es muy importante para seguir laborando y teniendo éxito en su trabajo.

**14.- ¿La infraestructura de su PYME le permite actualmente diversificar sus actividades y ofrecer un mejor servicio a los clientes?**

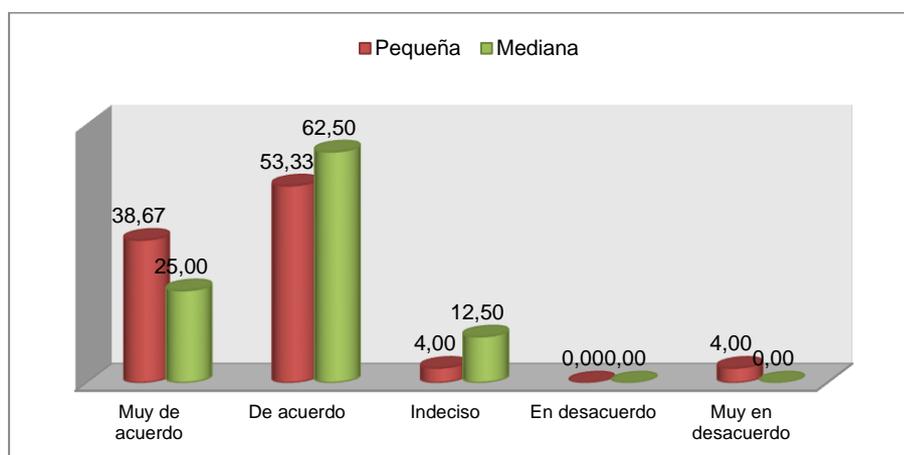
**CUADRO 17. Conocimiento sobre la diversificación y mejor servicio al cliente de acuerdo a la infraestructura.**

ALTERNATIVAS	PEQUEÑAS EMPRESAS						EMPRESAS MEDIANAS						TOTAL
	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	
Muy de acuerdo	13	15	1	0	29	38,67	1	1	0	0	2	25,00	31
De acuerdo	25	12	2	1	40	53,33	4	0	1	0	5	62,50	45
Indeciso	3	0	0	0	3	4,00	1	0	0	0	1	12,50	4
En desacuerdo	0	0	0	0	0	0,00	0	0	0	0	0	0,00	0
Muy en desacuerdo	3	0	0	0	3	4,00	0	0	0	0	0	0,00	3
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>75</b>	<b>100,00</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>100,00</b>	<b>83</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

**FIGURA 14. Conocimiento sobre la diversificación y mejor servicio al cliente de acuerdo a la infraestructura.**



Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

**Lectura Interpretativa:**

El 62,50% de las PYMES mediana y dentro de las pequeñas hay un 53,33% dicen que si está de acuerdo que sus infraestructura les permite diversificar las actividades para sus clientes en la totalidad de que está muy de acuerdo que su infraestructura es la más adecuada para cubrir diversas actividades para sus clientes tiene un 38,67% de las pequeñas y un 25% de las medianas lo cual hay mayores negocios que les falta mejorar para poder cubrir todas los requerimiento de los clientes.

## Análisis:

Muchas de la PYMES exponen que los establecimientos donde laboran son los adecuados para brindar la atención requerida al cliente, en otros casos no es así pues necesitan un local más amplio y adecuado para la atención brindada al usuario y así poder satisfacer sus necesidades.

**15.- Su nivel de conocimiento sobre los sistemas y opciones de financiamiento que otorga actualmente el gobierno para cumplir con lo establecido en la matriz productiva, es:**

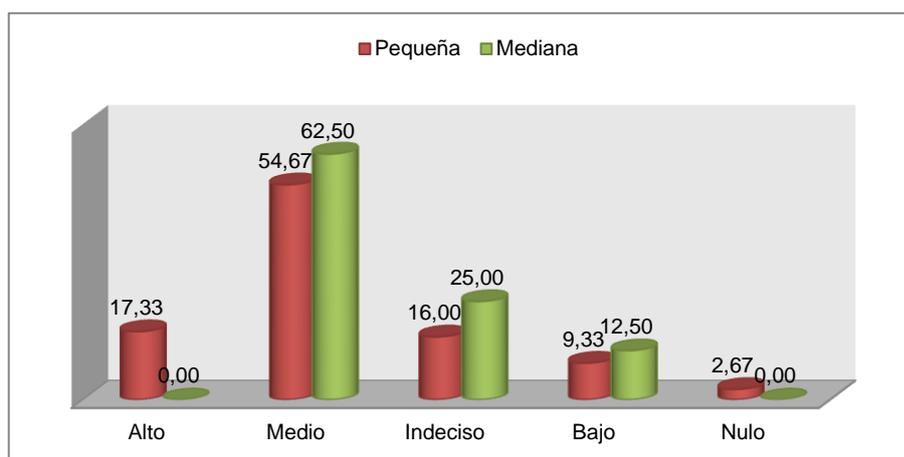
**CUADRO 18. Nivel de conocimiento sobre temas de financiamiento que se encuentra aportando el gobierno.**

ALTERNATIVAS	PEQUEÑAS EMPRESAS						EMPRESAS MEDIANAS						TOTAL
	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	
Alto	13	0	0	0	13	17,33	0	0	0	0	0	0,00	13
Medio	20	19	1	1	41	54,67	4	1	0	0	5	62,50	46
Indeciso	7	4	1	0	12	16,00	1	0	1	0	2	25,00	14
Bajo	2	4	1	0	7	9,33	1	0	0	0	1	12,50	8
Nulo	2	0	0	0	2	2,67	0	0	0	0	0	0,00	2
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>75</b>	<b>100,00</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>100,00</b>	<b>83</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

**FIGURA 15. Nivel de conocimiento sobre temas de financiamiento que se encuentra aportando el gobierno.**



Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

### Lectura Interpretativa:

El alto conocimiento acerca el financiamiento que da el gobierno no es muy satisfactorio ya que solo un 17,33% de la PYMES pequeñas es lo que lo tienen de ahí un 54,67% tienen un nivel medio ya que no es suficientes para que puedan acceder a los créditos y en las PYMES medianas un 62,5% tienen un nivel medio lo cual sería más conveniente tanto para ello como para el gobierno que estén al tanto de todo para que así puedan cumplir con los requerimiento que está demandando la matriz productiva, ya que un 37,5% de las medianas no tienen conocimiento y están indeciso de esta información

### Análisis:

El conocimiento que tiene los negocios en el Cantón Milagro se encuentra en término medio, no cuentan con mucho conocimiento acerca de este tema, esto hace que los negocios no accedan a los créditos que otorga el gobierno y consideren que el proceso es más complicado, perdiendo oportunidades que generaría mayor estabilidad a sus negocios contrayendo las aportaciones que pueden ofrecer al mercado para adquirir el nivel de desarrollo que se desea obtener con la matriz productiva.

### 16.- ¿Accedería a los financiamientos que actualmente ofrece el gobierno como una opción para invertir en infraestructura?

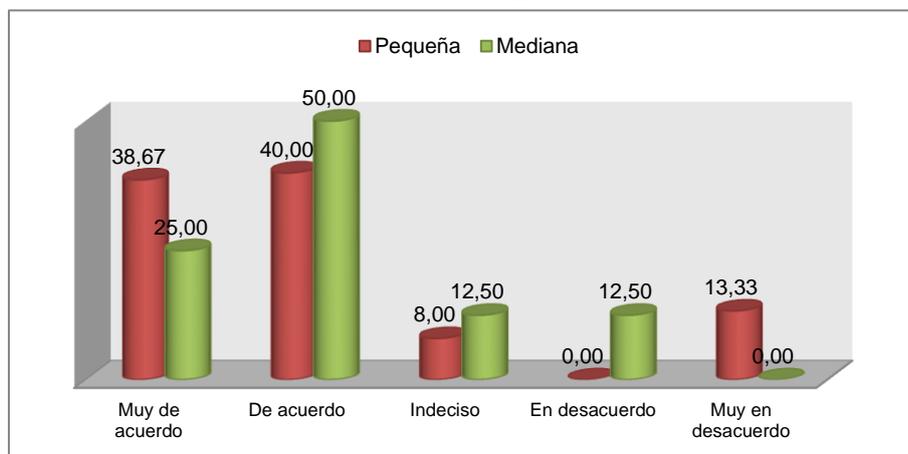
**CUADRO 19. Conocimiento sobre el financiamiento que se tiene para invertir en la infraestructura de las PYMES.**

ALTERNATIVAS	PEQUEÑAS EMPRESAS						EMPRESAS MEDIANAS						TOTAL
	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	SERVIC.	COMERC.	MANUF.	OTROS	TOTAL	%	
Muy de acuerdo	16	12	1	0	29	38,67	1	0	1	0	2	25,00	31
De acuerdo	21	7	1	1	30	40,00	3	1	0	0	4	50,00	34
Indeciso	0	5	1	0	6	8,00	1	0	0	0	1	12,50	7
En desacuerdo	0	0	0	0	0	0,00	1	0	0	0	1	12,50	1
Muy en desacuerdo	7	3	0	0	10	13,33	0	0	0	0	0	0,00	10
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>75</b>	<b>100,00</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>100,00</b>	<b>83</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

**FIGURA 16. Conocimiento sobre el financiamiento que se tiene para invertir en la infraestructura de las PYMES.**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro

**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

### **Lectura Interpretativa:**

El 38,76% de la PYMES pequeñas si accederían al financiamiento del gobierno un 40% está de acuerdo un 13,33% no accederían al financiamiento, en caso de la medianas un 50% está de acuerdo, un 25% si accederían al financiamiento un 12,5% está indeciso de acceder al financiamiento para invertir en la infraestructura de sus negocios tantos para las medianas como para las pequeñas.

### **Análisis:**

Las PYMES con respecto a las preguntas expuestas accederían a financiamiento que el gobierno está aportando, aunque no lo realizarían todos los negocios sino PYMES medianas y en menor cantidad las PYMES pequeñas opinan que puede ser algo riesgoso y no tan factible para el negocio.

## Encuesta aplicada a clientes de las PYMES del Cantón Milagro

### 1. ¿Para usted, en calidad de cliente, las PYMES del cantón poseen fortalezas que superan a sus debilidades?

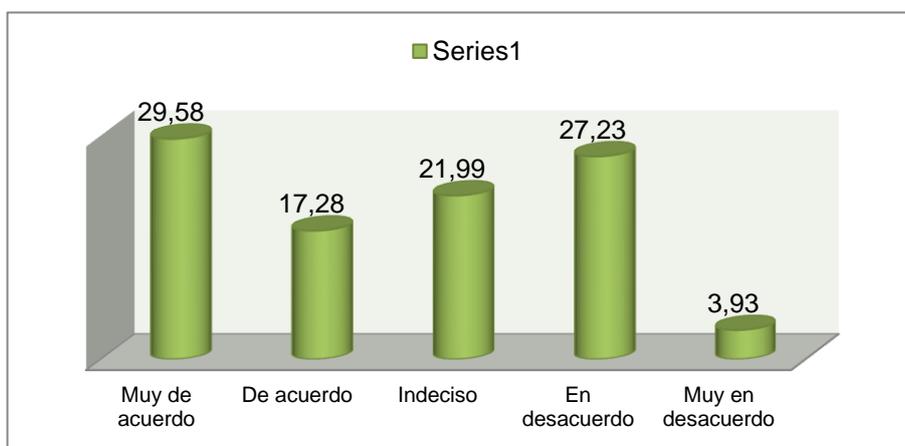
CUADRO 20. Opinión sobre el hecho de que las PYMES poseen más fortalezas que debilidades.

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
Muy de acuerdo	113	29,58
De acuerdo	66	17,28
Indeciso	84	21,99
En desacuerdo	104	27,23
Muy en desacuerdo	15	3,93
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes del cantón Milagro

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

FIGURA 17. Opinión sobre el hecho de que las PYMES poseen más fortalezas que debilidades.



Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes del cantón Milagro

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

### Lectura Interpretativa:

El 29,58% de los clientes están muy de acuerdo de que las PYMES poseen más fortaleza que debilidades pero un 3,93% no dice lo contrario de que las debilidades son mucho mayores de las fortalezas, el 17,28% está de acuerdo, el 21,99% está indeciso y un 27,23% está en desacuerdo con la pregunta encuestada.

## **Análisis:**

Las encuestas realizadas a los clientes del Cantón Milagro expusieron que las PYMES tanto medianas como pequeñas con un 29,58% tienen una gran fortaleza, ya que se siguen enfrentando a los cambios establecidos por el gobierno en cuanto a los impuestos que han sido elevados, aun así establecen que los negocios superan esas debilidades a las cuales se tienen que enfrentar.

### **2. ¿Considera usted que las fortalezas de las PYMES milagreñas hacen que estas llenen sus expectativas y les permitan obtener un alto nivel de satisfacción?**

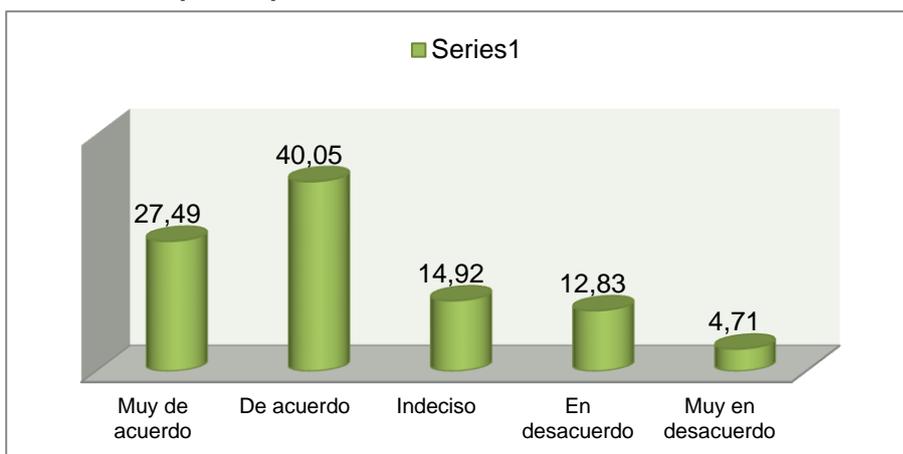
**CUADRO 21. Información sobre las fortalezas de las PYMES y la satisfacción que les puede brindar a los clientes.**

<b>Alternativa</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy de acuerdo	105	27,49
De acuerdo	153	40,05
Indeciso	57	14,92
En desacuerdo	49	12,83
Muy en desacuerdo	18	4,71
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes del cantón Milagro

**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

**FIGURA 18. Información sobre las fortalezas de las PYMES y la satisfacción que les puede brindar a los clientes.**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes del cantón Milagro  
**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

### **Lectura Interpretativa:**

El mayor porcentaje con un 40,05% de los clientes de las PYMES está de acuerdo de que las fortalezas que tiene los negocios es suficientes para llenar las expectativas de los clientes y un 4,71% no está de acuerdo que la PYMES necesita mucho más que sus fortalezas para poder alcanzar la satisfacción total.

### **Análisis:**

Los ciudadanos opinan que están de acuerdo con un 40,05% que los negocios pueden satisfacer las necesidades de los clientes, pero que deben seguir superando su atención y tener un nivel muy alto para así obtener una atención de calidad.

### 3. ¿Considera usted que las PYMES deben fortalecerse más para consolidarse en el mercado frente a la competencia?

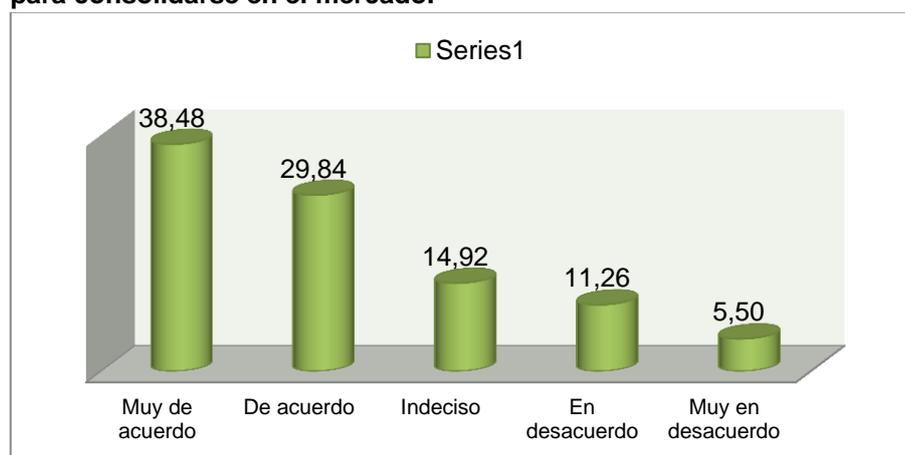
**CUADRO 22.** Opinión acerca de las fortalezas que requieren las PYMES para consolidarse en el mercado.

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
Muy de acuerdo	147	38,48
De acuerdo	114	29,84
Indeciso	57	14,92
En desacuerdo	43	11,26
Muy en desacuerdo	21	5,50
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes del cantón Milagro

**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

**FIGURA 19.** Opinión acerca de las fortalezas que requieren las PYMES para consolidarse en el mercado.



**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes del cantón Milagro

**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

#### Lectura Interpretativa:

Un 38,48% está muy de acuerdo de que las PYME deben consolidarse en el mercado y así mismo hay un 5,50% que no es mucho pero que tienen la opinión de que no deben consolidarse pero la mayoría dice que sí ya que un 29,84% también está de acuerdo.

## Análisis:

Los negocios hoy en día son tan competitivos que cada negocio debe ser innovador y mucho más atentos al momento de atender al cliente, los encuestados se encuentran de acuerdo con un 38,48 % que los negocios deben consolidarse en el mercado así serán reconocidos por los ciudadanos del Cantón para poder lograr una mejor apertura y conocimiento de los productos y/o servicios que brinda cada establecimiento.

### 4. ¿Cree usted que la tecnología de la Información es importante para los clientes, debido a que les permite un servicio rápido y sin necesidad de acudir al punto de venta?

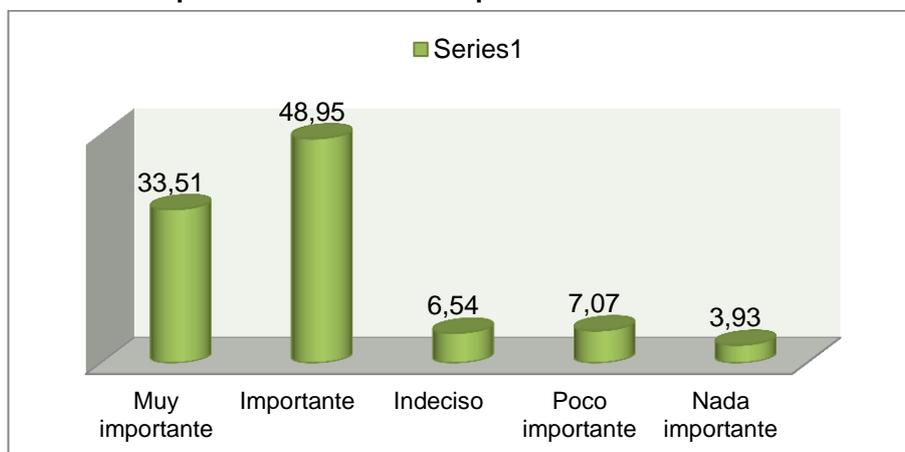
**CUADRO 23. Importancia de la tecnología de la información en cada una de la PYMES para un servicio más rápido hacia los clientes.**

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
Muy importante	128	33,51
Importante	187	48,95
Indeciso	25	6,54
Poco importante	27	7,07
Nada importante	15	3,93
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes del cantón Milagro

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

**FIGURA 20. Importancia de la tecnología de la información en cada una de la PYMES para un servicio más rápido hacia los clientes.**



Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes del cantón Milagro

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

### **Lectura Interpretativa:**

En la importancia que tiene la tecnología de la información en la PYMES para un servicio rápido las personas opinaron un 48,95% era importante un 33,51 es muy importante el 3,93% de las personas mencionaron que no es importante y hay un 6,54% y un 7,07% que están indeciso y piensan que no tiene mucha importancia.

### **Análisis:**

Las personas encuestadas opinan que la tecnología de la información es importante ya que se considera que al realizar una compra por medio de medios electrónicos facilita la obtención de un bien o servicio y esto hace que tenga una mejor satisfacción para el cliente.

### **5. El nivel de tecnología de la información de las PYMES milagreñas es:**

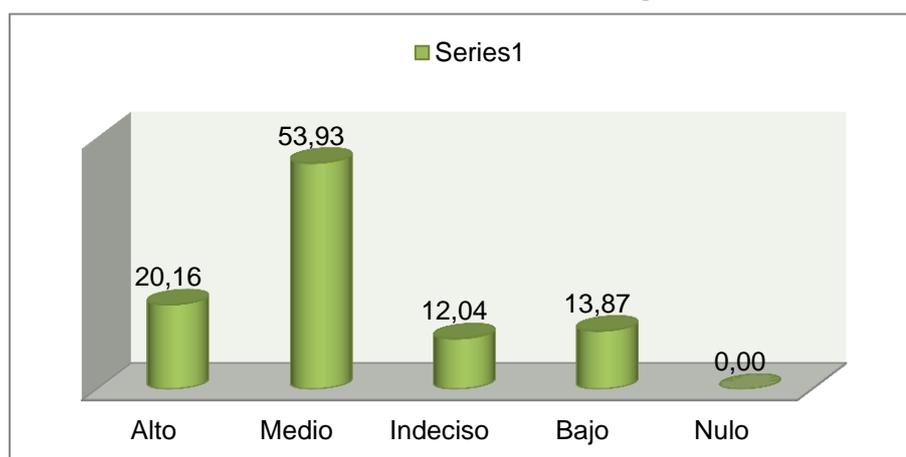
**CUADRO 24. Información sobre el nivel de tecnología en las PYMES.**

<b>Alternativa</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
Alto	77	20,16
Medio	206	53,93
Indeciso	46	12,04
Bajo	53	13,87
Nulo	0	0,00
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes del cantón Milagro

**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

**FIGURA 21. Información sobre el nivel de tecnología en las PYMES.**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes del cantón Milagro

**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

### **Lectura Interpretativa:**

La información sobre el nivel de la tecnología en la PYMES está en un nivel medio con un 53,93% un 20,16% para el nivel alto un 13,87 con un nivel bajo y un 12,04 está indeciso.

### **Análisis:**

El nivel de tecnología en las PYMES milagreñas es medio de acuerdo a las encuestas que se realizaron, exponen que los negocios les falta más tecnología para así llegar a un alto nivel de conocimiento en mejoras para satisfacer al consumidor.

## 6. ¿Las PYMES milagreñas pueden catalogarse como innovadoras?

CUADRO 25. Importancia de la innovación en las PYMES milagreñas.

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
Siempre	96	25,13
A veces	198	51,83
Indeciso	61	15,97
Rara veces	27	7,07
Nunca	0	0,00
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes del cantón Milagro

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

FIGURA 22. Importancia de la innovación en las PYMES Milagreñas.



Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes del cantón Milagro

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

### Lectura Interpretativa:

La importancia de la innovación en la PYMES tiene un 25,13% que debe realizarse siempre un 51,83% de opinión de la ciudadanía q menciona que a veces si es necesario hacer innovación en sus productos un 15,97% esta indecisas y un 7,07% dice que si necesitan hacer innovación pero de rara vez.

### Análisis:

A las PYMES milagreñas les falta mucho conocimiento sobre temas de innovación, para que así se arriesguen a realizar cambios en sus negocios para

mejoras de calidad y más aún obtener beneficios de reconocimiento de la población ya que opinan que a veces realizan cambios y no lo hacen con frecuencia.

**7. ¿Los productos y/o servicios que ofrecen las PYMES milagreñas pueden calificarse de calidad?**

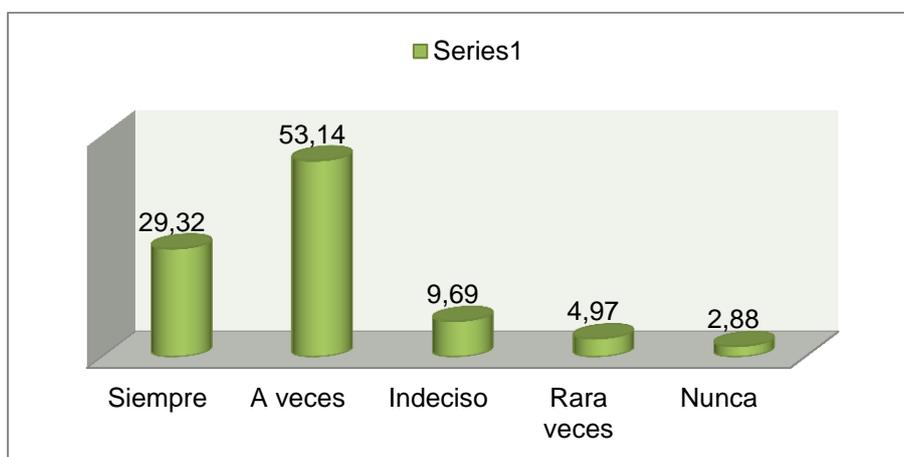
**CUADRO 26. Calificación sobre la calidad de los productos y los servicios que ofrecen las PYMES.**

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
Siempre	112	29,32
A veces	203	53,14
Indeciso	37	9,69
Rara veces	19	4,97
Nunca	11	2,88
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes del cantón Milagro

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

**FIGURA 23. Calificación sobre la calidad de los productos y los servicios que ofrecen las PYMES.**



Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes del cantón Milagro

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

### **Lectura Interpretativa:**

El 29,32% califica que siempre ofrecen la PYMES un producto de calidad un 53,14% que es el mayor nivel que las PYMES ofrecen a veces productos de calidad hay un 2,88% que no están de acuerdo porque no hay productos de calidad en las PYMES el 9,69 está indeciso y un 4,97% son rara la vez que los producto son de calidad.

### **Análisis:**

Los productos que ofrecen las PYMES de acuerdo a las encuestas que se realizaron a los clientes milagreños dieron como resultado que a veces dichos productos son de buena calidad no siempre, exponen que les hace falta materia prima de excelencia para así puedan ofrecer un producto que no tenga ningún problema y sea más duradero.

### **8. ¿Los establecimientos donde operan las PYMES milagreñas son los más adecuados para brindar servicios satisfactorios a los clientes?**

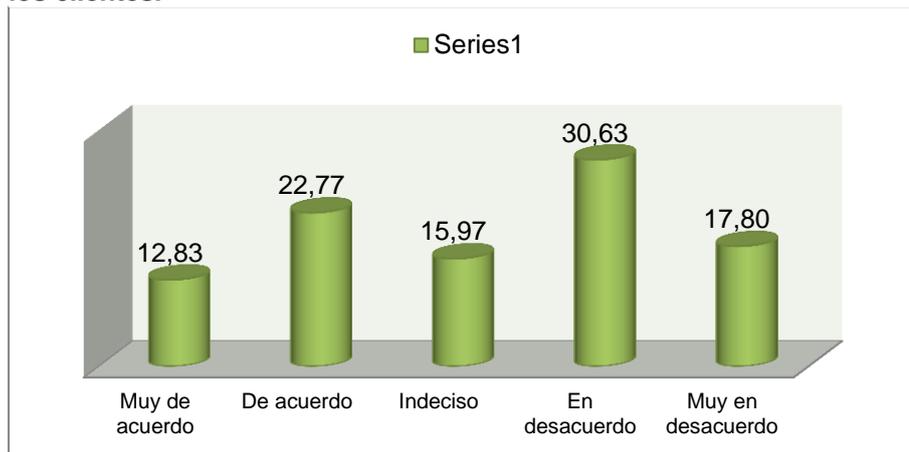
**CUADRO 27. Conocimiento de los servicios que brindan satisfacción a los clientes**

<b>Alternativa</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy de acuerdo	49	12,83
De acuerdo	87	22,77
Indeciso	61	15,97
En desacuerdo	117	30,63
Muy en desacuerdo	68	17,80
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes del cantón Milagro

**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

**FIGURA 24. Conocimiento de los servicios que brindan satisfacción a los clientes.**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes del cantón Milagro

**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

### **Lectura Interpretativa:**

El 12,83% de los clientes de las PYMES estas muy de acuerdo que los establecimiento son los más adecuado un 22,77% solo está de acuerdo esto significa que necesita algunas mejora pero la mayor parte con un 30,63% está en desacuerdo que los establecimiento no son los más adecuado necesitan mejorar mucho en este aspecto.

### **Análisis:**

Las opiniones expuestas por los clientes dan como resultado que las PYMES milagreñas no cuentas con infraestructura adecuada para brindar el servicio requerido y así dar satisfacción al cliente, ya que comentan que los espacios en donde laboran los dueños de los negocios son muy reducidos y falta espacio para los productos que dan a conocer.

**9. ¿Cree usted que las PYMES milagreñas deben acceder a los financiamientos del gobierno para invertir en su infraestructura?**

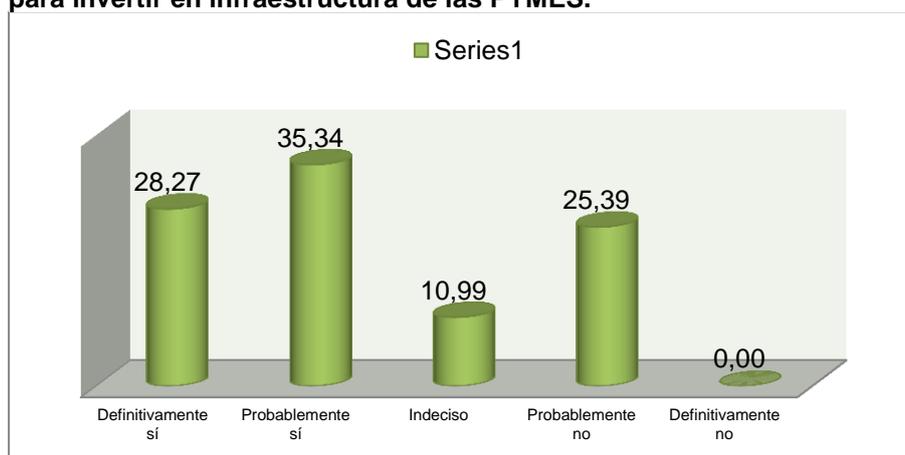
**CUADRO 28. Conocimiento de los financiamientos que da el gobierno para invertir en infraestructura de las PYMES.**

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
Definitivamente sí	108	28,27
Probablemente sí	135	35,34
Indeciso	42	10,99
Probablemente no	97	25,39
Definitivamente no	0	0,00
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes del cantón Milagro

**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

**FIGURA 25. Conocimiento de los financiamientos que da el gobierno para invertir en infraestructura de las PYMES.**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a los clientes del cantón Milagro

**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

**Lectura Interpretativa:**

La opinión de la ciudadanía nos muestra que si las PYMES necesitan acceder al financiamiento que da el gobierno ya que hay un 63,61% entre definitivamente si y probablemente si un 25,39% probablemente no y un 10,99% está indeciso acerca de la pregunta encuestada.

## **Análisis:**

Los habitantes milagreños indican que las PYMES deben acceder probablemente al financiamiento con el que está aportando el gobierno teniendo en cuenta que de esa manera tendrían más comodidad para colocar sus productos y que sean visibles para el cliente y obtener mejores ventajas en cuanto a la competencia.

## **ENTREVISTA**

**Entrevistado:** Ing. Miguel Castro  
**Institución:** SENPLADES (Zona 5)  
**Cargo:** Sociólogo  
**Entrevistadores:** Washington López c.  
Stefany Cabrera V.

### **Director de Transformación del Estado (SENPLADES)**

#### **1. ¿Qué opinión posee usted acerca de las PYMES milagreñas, específicamente sobre su situación interna?**

Las PYMES milagreñas tienen un gran potencial comercial pero debido a los cambios expuestos por el gobierno se torna un poco complicado ya que algunos comerciantes ignoran los beneficios financieros por tal motivo tienen gran temor de arriesgarse a posibles créditos que otorga entidades financieras ya que los impuestos están variando por los nuevos cambios que existe en el país y aumentan constantemente.

#### **2. ¿Cuáles son los cambios que se han generado con la nueva matriz productiva?**

Estos cambios están especialmente enfocados en sustitución de exportación, desagregación de valor, la diversificación, y temas de aumento de oferta exportable.

**3. ¿Estos cambios cómo incidirán en los negocios pequeños y medianos; es decir, en las PYMES?**

Estarán inmersos debido a la calidad de los productos que ofrecen, deberán estar en constante cambio y eso hace que tengan más aumento de trabajo y gastos en los debidos negocios.

**4. Las PYMES milagreñas serán afectadas por la nueva matriz productiva. ¿Cuáles serán estos efectos?**

Los cambios que se están efectuando inciden mucho en los impuestos que ya se encuentran establecidos en la facturación de las planillas de las diferentes entidades que brindan servicio a la ciudadanía y también en los productos que se importan, existen negocios que adquieren productos de otros países para ofertarlos al país natal pues esto hace que dichos negocios decaigan sus ventas con respecto a los cambios existentes en el mercado comercial.

**5. ¿Podría explicar de qué forma la nueva matriz productiva intervendrá en el factor tecnológico de las PYMES milagreñas?**

La matriz productiva busca implementar procesos nuevos de producción con tecnología sofisticada y apropiada para los nuevos cambios que se implementan al pasar de los días esto hace que la tecnología sea un complemento fundamental para la competencia ya que en aspectos tecnológicos es muy importante resaltar que en el exterior la productividad es más alta que en países que aún no están bien diversificados como lo es el Ecuador debido a esto se están implementando planes estratégicos que sean favorables para un mejor rendimiento tanto en el comercio exterior como en la productividad de los recursos que se obtienen del mismo país.

**6. ¿De qué forma la matriz productiva apoyará a las PYMES para que accedan a la tecnología?**

De acuerdo a los financiamientos que está otorgando el gobierno mediante entidades financieras incluidas en el plan de desarrollo.

**7. ¿Cómo calificaría el comportamiento innovador de las PYMES, especialmente el de las milagreñas?**

En un término medio ya que necesita implementar mucha más innovación para ser más competitiva con los demás negocios que se encuentran en otros sectores ya que al innovar tendrá un mejor rendimiento tanto en ventas como reconocimiento de los ciudadanos.

**8. ¿La matriz productiva que actualmente rige en nuestro país cómo intervendrá en la planificación con que las PYMES desarrollen sus actividades?**

El gobierno da a conocer los cambios que se desean obtener con los cambios establecidos en la nueva matriz productiva mediante conferencias y charlas dispuestas por el estado para que los comerciantes se mantengan al tanto de las distintas disposiciones que tiene el gobierno para mejorar el país.

**9. ¿Cómo la nueva matriz productiva llevará a un comportamiento innovador por parte de las PYMES?**

La innovación es muy importante en el aspecto comercial, lo que busca el estado es que los pequeños, medianos y grandes negocios sepan de la importancia que tiene el hecho de implementar aspectos mejorados en la producción para que así sea de mucha ayuda y contribuya a la mejora de la nación; las PYMES están teniendo aportaciones del gobierno mediante préstamos que ayudarían a una mejor producción de los productos que se elaboran de esta manera los cambios que se están efectuando dan a conocer sus beneficios, para que los comerciantes implementen tecnología, materia prima de calidad y otros complementos que sean necesarios para una mejor calidad del producto.

**10. ¿En qué medida el trabajo de las PYMES en lo que respecta a calidad será afectado por la nueva matriz productiva?**

La calidad estaría afectada por la nueva matriz productiva en cuanto a materia prima ya que su precio será aún mayor que lo que estaba estipulado en años anteriores ya que se desea obtener un mejor producto y

sea de una excelente calidad para que así se pueda exportar a otros países. Las obligará a trabajar con materia prima nacional y a su vez esto ayuda a la economía local.

**11. ¿Cuál es el impulso que la nueva matriz productiva estará dando para que las PYMES ingresen a mercados extranjeros?**

El impulso que estaría dando el gobierno sería reducciones de impuesto a la renta de un 25% de acuerdo a esto bajaría 1% en cada año tomando en cuenta el Código de la Producción, exonerar el impuesto salarial no adecuado para empleo, tener oportunidad en cuanto a tecnología, mejora de productividad mediante nuevos activos.

**12. ¿En cuánto a financiamiento, qué medidas ha considerado la nueva matriz productiva para que las PYMES accedan a este tipo de apalancamiento?**

Para que las PYMES sean favorecidas en cuanto a financiamiento estará efectuada a través de la banca pública como lo son, (CFN) Corporación Financiera Nacional, (BNF) Banco Nacional de Fomento; entre otros; esta sería la aportación que tiene la nueva matriz productiva en cuanto a los negocio para que adquieran un potencial de crecimiento económico favorable que garantice una mejor producción.

**13. ¿Qué espera el gobierno a través del financiamiento que se oferta a las PYMES, en este caso a las milagreñas?**

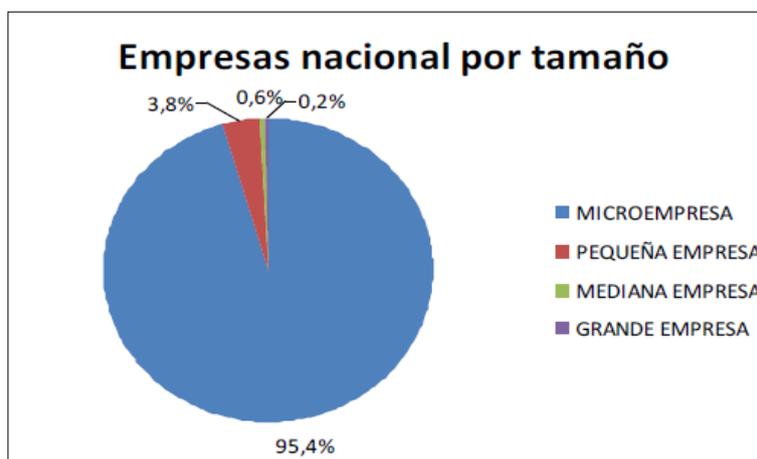
Si la nueva matriz productiva llega a tener un éxito favorable y conveniente se vería reflejado el desempeño expuesto en lo que es un menor peso en el PIB a la agricultura, minas e hidrocarburos, un peso mayor a las industrias y una contribución muy importante en la educación y la salud.

La entrevista realizada fue uno de los aportes primordiales de la investigación, fueron reveladas muchas inquietudes acerca de los factores internos de la nueva Matriz Productiva; se obtuvo muchas más fuentes de información con respecto al tema el cual favoreció a las investigaciones venideras.

#### 4.2. ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

“Las micro, pequeñas y medianas empresas –MIPYME- dentro del tejido empresarial ecuatoriano tienen un aporte significativo; según el último Censo Nacional Económico del 2010, alrededor de 99 de cada 100 establecimientos se encuentran dentro de la categoría de MIPyME<sup>1</sup>. Esta tendencia se convierte en un dato duro sobre la importancia que tienen las micro, pequeñas y medianas empresas a la hora de contribuir al proceso de consolidación del sistema productivo nacional.” (Araque J., 2012)

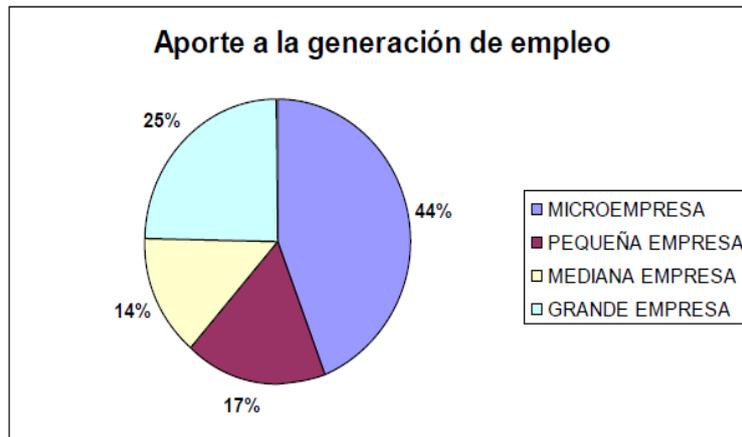
FIGURA 26. Empresa Nacional por tamaño.



Fuente: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>  
Censo Nacional Económico –CENEC- 2010 – INEC

“Otro aspecto que también debemos resaltar, a la hora de analizar la estructura del tejido empresarial del Ecuador, es el significativo aporte del sector de las MIPYME a la generación de empleo nacional; pues de cada 4 puestos de trabajo que existen en el país 3 son generados por aquellas empresas categorizadas como micro, pequeñas o medianas.” (Araque J., 2012)

**FIGURA 27. Aporte a la generación de empleo.**



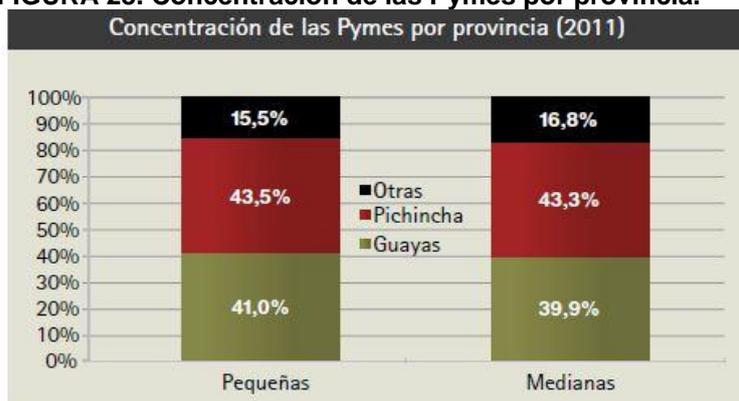
**Fuente:** <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>  
Censo Nacional Económico –CENEC- 2010 – INEC

Las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) juegan un papel de gran importancia dentro del desarrollo de toda economía debido a su relación e incidencia en la generación de empleo, y crecimiento económico. De esta forma las Pymes se relacionan directamente con el desarrollo económico en todas las regiones del país.

De acuerdo a la información proporcionada por el Servicio de Rentas Internas (SRI), en 2011 existieron 27 646 Pymes, de las cuales 13 332 pertenecen a los sectores que se han tomado en cuenta en el presente análisis: 4 661 medianas (34,96%) y 8 671 pequeñas (65,04%).

A nivel de concentración, Pichincha y Guayas siguen siendo las provincias que agrupan la mayor cantidad de pymes. En la primera provincia se estima que existen 43,29% y en Guayas 40,46%, esto, debido a la concentración de la población en estas localidades así como de las empresas más grandes, a las que las Pymes proveen de bienes y servicios, en gran medida especializados.

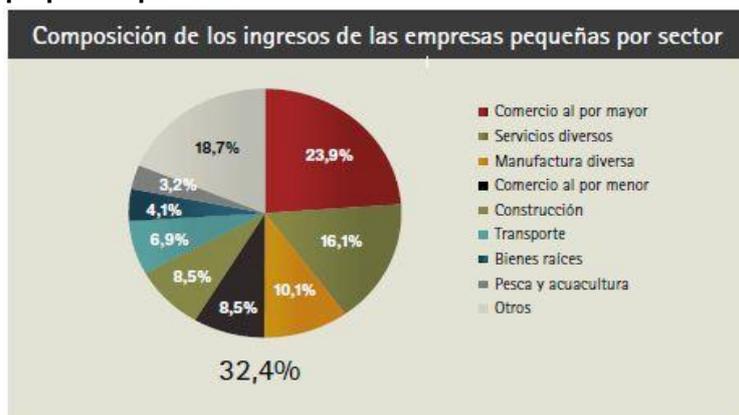
**FIGURA 28. Concentración de las Pymes por provincia.**



Fuente: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>

Dentro de esta figura podemos observar en los porcentajes como en algunas provincias las PYMES incrementan para un desarrollo socio económico.

**FIGURA 29. Composición de los ingresos de las empresas pequeñas por sector.**



Fuente: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>

Mediante la estadística expuesta da como resultado cuanto es la aportación mediante “los ingresos de las pequeñas empresas del sector económico.” (Camposano Gómez, Espinoza González, & Lucín Castillo, 2014)

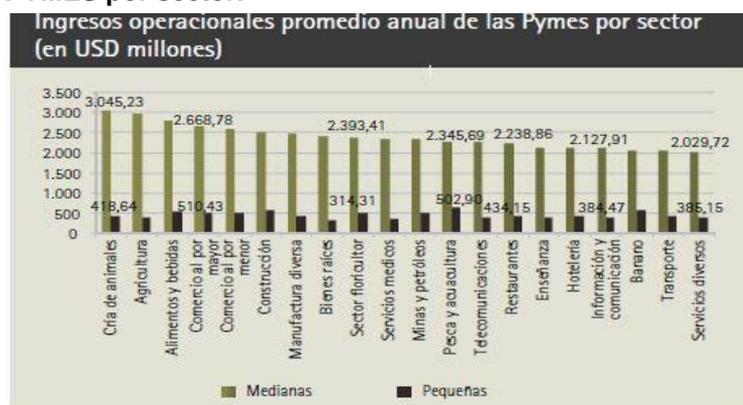
**FIGURA 30. Composición de los ingresos de las empresas medianas por sector.**



Fuente: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>

Haciendo un análisis de la figura se puede observar que las aportaciones que las medianas empresas del sector económico brindan un ingreso favorable del 11.9% que ayuda a mejorar a la economía del país.

**FIGURA 31. Ingresos operacionales promedio anual de las PYMES por sector.**



Fuente: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>

Los ingresos que se obtienen de las PYMES son de mucha ayuda para un mejor beneficio de la economía que se desea obtener para beneficio de todos.

**FIGURA 32. Rentabilidad promedio de las empresas medianas por sector.**



Fuente: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>

La rentabilidad de las empresas medianas es muy alta en cuanto a los negocios de bienes raíces y no es muy factible en el sector comercial ya que si fuera lo contrario mejoraría la comercialización del país y se podría exportar.

### 4.3. RESULTADOS

La información recaudada de la encuesta a las PYMES del Cantón Milagro ha contribuido para corroborar a las hipótesis expuestas en el trabajo establecido; tomando en cuenta la primera pregunta da como resultado que el conocimiento de los ciudadanos milagreños con respecto a la matriz productiva es tomada en cuenta como un impacto un poco fuerte para los comerciantes debido que para ellos los cambios efectuados por el gobierno no son muy beneficiosos para la economía de sus negocios, en tanto se deberá poner en marcha planificaciones que influyan en el conocimiento prioritario de lo que desea realizar la matriz para mejora del país.

Los negocios milagreños exponen que a pesar de los cambios que ya están siendo efectuados por el gobierno sus establecimientos siguen teniendo la fortaleza suficiente para seguir adelante con las respectivas actividades comerciales, su crecimiento emprendedor y el poder de ser exitosos hace que se desenvuelvan de la mejor manera y se esfuercen de forma correcta.

Los negocios encuestados en la tercera pregunta indican que la matriz productiva está influyendo enormemente en los negocios, ya que han tenido

impuestos elevados, cambios en las normas políticas, los impuestos aduaneros, temas tributarios y legales los cuales tienden afectar al crecimiento comercial; por tanto el gobierno debería implementar procesos que conlleven a una mejor planificación estratégica que no afecte al sector comercial.

Las PYMES encuestadas indicaron que la tecnología de la información es muy importante para los negocios, puesto que da un aporte fundamental para el crecimiento innovador que busca el gobierno teniendo un alto conocimiento de ello ya que los establecimientos en el Cantón Milagro buscan ser emprendedores y competitivos, ya que utilizando tecnología tienen una base de datos solida de los clientes que acuden a los diferentes establecimientos existentes en el Cantón.

De acuerdo a las respuestas de los encuestados la gestión que realiza las PYMES es favorable para la utilización de la tecnología puesto que aporta con conocimientos informáticos que ayudan a la implementación de procesos innovadores los cuales son de mucha ayuda para cada uno de los comerciantes, esto da como resultado un trabajo con mucha precisión y mejoramiento continuo.

Los negocios encuestados dieron a conocer que si implementarían procesos de innovación pero de forma regular no siempre aunque esto tenga mucha importancia con el crecimiento d la matriz productiva y sea un apoyo mayor, exponen que al realizar procesos innovadores tendrían que aportar de manera monetaria y esto hace un mayor gasto en sus negocios.

Las PYMES milagreñas cuentan con una planificación estratégica definida debido a esto su comercio es alto y muy importante para la sustentación de su negocio, realizan planificaciones anuales las cuales les ayudan a tener un mejor conocimiento de lo que realizaran durante todo un año.

Al trabajar de forma planificada los negocios se enfocan en metas fijas y propósitos definidos los cuales son muy beneficiosos para el desarrollo comercial.

La calidad con que trabajan las PYMES milagreñas de acuerdo a las encuestas a los negocios, indican que el producto que ofrecen al cliente está muy bien elaborado y en cuanto se trata de brindar algún servicio se lo realiza pensando siempre en el bienestar y conformidad del cliente que es quien da su voto de confianza y llega a ser un portavoz para nuevas comprar en los establecimientos que consideren sean apropiados para el consumo de productos o servicios.

En la actualidad las PYMES milagreñas no realizan grandes exportaciones ya que no cuentan con beneficios financieros adecuados para realizar dichas exportaciones, debido a los cambios que el estado está implementando en los negocios existe mucha inquietud de parte de los comerciantes ya que existen cambios que afectan en sus transacciones comerciales.

El Cantón Milagro tiene mucho potencial y habilidades que son favorables para el cambio se debe tomar en cuenta a toda la ciudadanía y dueños de las PYMES para que los cambios que desea realizar el gobierno brinden los beneficios requeridos y se fomente un ambiente empresarial adecuado y propicio para el desarrollo del estado.

El objetivo que tiene la nueva matriz productiva es fomentar la innovación en el comercio y así poder realizar exportaciones a otros países diversificando todo aquello que pueda realizar un cambio como beneficio de la planificación estratégica dada por el gobierno existente.

En el Cantón Milagro se deberá implementar un aspecto técnico, comercial y administrativo que requiera una mayor perspectiva de conocimiento acerca de los cambios que se está efectuando en los negocios para que así se puedan generar ofertas innovadoras que contengan mucha creatividad.

#### 4.4. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

**CUADRO 29. Verificación de la hipótesis general y particulares.**

HIPÓTESIS	VERIFICACIÓN
<p>La Nueva Matriz Productiva influye en los Factores Internos de las PYMES del Cantón Milagro, 2014-2015.</p>	<p>Tomando en cuenta las encuestas que se realizaron a los dueños de los negocios en el Cantón Milagro, la pregunta N° 1, nos da como resultado un 75% que verifica que los comerciantes conocen sobre la nueva matriz productiva y que está afectando a los negocios en sus factores internos, en cuanto a la pregunta N° 2, los negocios opinan que sus fortalezas son más imponentes que las debilidades que existen dentro del mercado, y la pregunta N° 3, da a conocer que los cambios que está efectuando la nueva matriz productiva influyen en la economía del sector. Los datos expuestos permiten la verificación de la hipótesis.</p>
<p>La tecnología de la información que promueve la Matriz Productiva, incide en la gestión de las PYMES del Cantón Milagro, 2014-2015</p>	<p>Los negocios encuestados indicaron en la pregunta N° 4, que la tecnología de la información está en un nivel alto con un 50%, influyendo la pregunta N° 5, que afirma que a través de la tecnología de la información mejora la gestión de las PYMES con un 75% y en la pregunta N° 6, afirman completamente con un 53,33% que la tecnología es fundamental para la superación de los negocios. Los datos expuestos permiten la verificación de la hipótesis.</p>
<p>La planeación estratégica que exige la Matriz Productiva influye en el comportamiento innovador de las PYMES del Cantón Milagro.</p>	<p>El 62,50% de los encuestados expusieron que implementarían procesos innovadores para contribución de la matriz productiva como beneficio aun mayor para ellos estos datos tomados de la pregunta N° 7, tomando como referencia la planificación estratégica que afirman los encuestados la realizan para lograr una administración definida en la pregunta N° 8, y en cuanto a esta planificación indican también que es un excelente motor de innovación ya que se conoce lo que se va a realizar a largo plazo con un porcentaje de 87,50%. Los datos expuestos permiten la verificación de la hipótesis.</p>
<p>La calidad del producto o servicio que impulsa la Matriz Productiva influye en la oferta exportable de las PYMES del Cantón Milagro.</p>	<p>La información obtenida por la pregunta N° 10, indica que las PYMES medianas tienen un 75% de aceptación con respecto a la pregunta pues el nivel con que trabajan los negocios es bueno para los clientes, en la pregunta N° 11, nos da a conocer que los negocios el Cantón Milagro tienen un porcentaje nulo de 38,67% en exportaciones por motivos de financiamiento, siguiendo con la pregunta N° 12, los encuestados dijeron que sus productos o servicios brindados eran de buena calidad pero la nueva matriz productiva influye para que estos productos tengan mejor innovación y aceptación para el mercado exterior esto hace que no se exporte de manera adecuada con un pensamiento positivo de 50% en negocios medianos, concierne mucho la pregunta N° 13, algunos de los encuestados estarían dispuestos a incrementar los niveles de exportación si tuviesen ayuda del gobierno con un 62,50% en negocios medianos. Los datos expuestos permiten la verificación de la hipótesis.</p>
<p>Las posibilidades de financiamiento que contempla la Matriz Productiva inciden en la infraestructura de las PYMES del Cantón Milagro.</p>	<p>De acuerdo con la pregunta N° 14, los encuestados están de acuerdo con diversificar sus actividades en la infraestructura para ofrecer un mejor servicio a los clientes con un porcentaje de 62%, en la pregunta N° 15 el nivel que tienen de conocimiento las PYMES sobre los financiamientos que otorga el gobierno son de un 62,50%, y con respecto a la pregunta N° 16, los entrevistados como dueños de los negocios estarían de acuerdo con el financiamiento que ofrece el gobierno con un 50% en las PYMES medianas. Los datos expuestos permiten la verificación de la hipótesis.</p>

**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1. TEMA**

Diseño de un Plan Estratégico que permita acceder a los beneficios presentados por la Nueva Matriz Productiva y fortalecer así los factores internos de crecimiento empresarial de las PYMES del Cantón Milagro.

#### **5.2. FUNDAMENTACIÓN**

##### **Plan Estratégico:**

##### **Definición**

“El Plan Estratégico se redacta en función de los principales objetivos que la organización pretende y en él se especifican las políticas y líneas de actuación concretas orientadas a la consecución de los objetivos y los intervalos de tiempo precisos que deben ser cumplidos para cada una de las acciones propuestas.” (Universidad de Málaga, 2008)

“La planificación estratégica es un proceso de análisis, definiciones y llamado a la acción, realizado al interior de la organización de manera consensuada con la participación de la dirección y todo su equipo de coordinación, en el que se construye lo que se conoce como plan estratégico y que se refiere a un documento en el que se plasman las metas y objetivos de la organización junto con las directrices del camino a seguir para alcanzarlas. Un plan estratégico

debe definirse para un periodo de entre tres y cinco años, pues se trata más de una visión a futuro y no algo puntual a corto plazo.” (OSC, 2013)

### **Importancia**

Es necesario que toda organización cuente con un Plan Estratégico, aunque a veces se piense que la misión y visión de una empresa, forme parte del decorado de la sala de recepciones.

Este Plan Estratégico ayuda a que los líderes de una organización plasmen la dirección que le quieren dar a la empresa, y cuando este plan es transmitido hacia toda la organización, ésta generará sinergias en todo el personal para la obtención de sus objetivos. Asimismo, este plan ayuda a que cada trabajador sepa hacia a donde se quiere ir y se comprometa con ese destino.

### **Pasos para su elaboración**

La redacción del plan estratégico debe encargarse a una persona o a un grupo muy reducido, que recoja la información generada, la sistematice y la presente de forma ordenada.

El proceso para definir una planificación estratégica se puede resumir de la siguiente manera:

1. “Definir la misión: Lo primero que se debe considerar para realizar una planificación es que la organización tenga claramente definida cuál es su razón de ser, es decir el objetivo principal bajo el cual se constituyó la organización. Esta razón de ser, este objetivo es lo que se conoce como la misión. La misión de una organización es una declaración del objetivo central de la organización, de su razón de ser. Es una enunciación a largo plazo que debe distinguir y diferenciar a la organización de las demás e identificar los valores que guían su accionar.” (OSC, 2013)
2. “Definir la visión: La segunda pregunta a realizarse en la organización dentro de un proceso de planificación estratégica es ¿a dónde vamos, a dónde queremos llegar?. La respuesta a esta pregunta es lo que se conoce como la visión. La visión de la organización permite el trabajo conjunto de todo el equipo de colaboradores y le da el rumbo a la

organización. Es fundamental definir la visión de una organización para saber cómo se va a llegar al objetivo central, cuáles son los valores que van a guiar este camino y cuál es la conducta que se va a adoptar para llegar a esa meta. La visión debe ser breve y fácil de captar y recordar, además de inspiradora. Debe transmitir una idea triunfal, algo positiva que se resuma la meta a la que se quiere llegar en los próximos tres a cinco años.” (OSC, 2013)

3. “Definir los objetivos estratégicos: La tercera pregunta tiene que ver con qué se desea hacer en la organización, es decir los objetivos a corto y mediano plazo. Los objetivos son la respuesta a qué intenta y qué intentará alcanzar la organización en el marco de la misión y la visión definidas. Los objetivos deben ser realistas, medibles, concretos, alcanzables y programados en el tiempo. Estos deben definirse haciendo una reflexión y análisis realista en la organización sobre qué acciones se pueden realizar considerando sus capacidades, talentos y recursos disponibles. Considerando que los objetivos también se plantean para un periodo de tres a cinco años, puede salir un número alto de estos por lo que es importante priorizar y establecer cuáles van a ser más importantes que otros.” (OSC, 2013)
4. “Adicionalmente, se pueden definir los siguientes temas como parte de la planificación estratégica:”
  - El entorno y la previsión del futuro
  - El inventario de recursos
  - La Situación Actual
  - La Situación Deseada
  - La brecha de cambio
  - El diseño de la estrategia
  - Las acciones estratégicas de cambio
  - Las definiciones tácticas y el Plan Táctico
  - El Plan Operativo Anual
  - La Conducción del Plan
  - La Evaluación del Plan

“Siguiendo los anteriores puntos se puede crear un plan estratégico que sirva de base para el accionar de una organización social en el futuro cercano.”

(OSC, 2013)

### **5.3. JUSTIFICACIÓN**

Mediante el proceso de la recolección de datos se ha podido verificar las hipótesis que han sido planteadas, con la información que se ha podido obtener efectivamente se ha podido constatar la falencia que poseen las PYMES del cantón Milagro en el mal funcionamiento o falta de implementación de los factores internos de la tecnología de la información.

Es muy importante ya que permite direccionar enfocándose en cómo alcanzar o fijar los objetivos que se requiere lograr, teniendo como beneficio un plan de trabajo estructurado con ideas innovadores, tomando en cuenta que el análisis FODA es muy importante para poder realizar un plan estratégico de un negocio ya que así podría tener en cuenta cuáles son sus fortalezas - debilidades y cuales podrán ser sus futuras oportunidades – amenazas; teniendo como resultado un beneficio favorable tanto para las PYMES como para sus clientes del Cantón Milagro.

Los dueños de las PYMES será los beneficiarios directos esta propuesta, ya que mediante esta podrán implementar nuevas estrategias las cuales esta contraerá una mejor imagen corporativa a cada uno de sus negocios trayendo consigo la oportunidad de poder expandir a nivel internacional en un futuro, generando también más fuentes de empleos para las persona del cantón de Milagro con la creación de nuevos proyectos de expansión de la PYMES Milagreñas.

### **5.4. OBJETIVOS**

#### **5.4.1. Objetivo General de la propuesta**

Diseñar un Plan Estratégico, tomando en consideración los beneficios y mecanismos presentados por la Nueva Matriz Productiva para fortalecer así los factores internos de crecimiento empresarial de las PYMES del cantón Milagro



- Varias vías de acceso
- Ciudad altamente comercial
- Ciudad agrícola
- Cercanía con grandes ciudades industriales; por ejemplo, con Guayaquil.
- Población con formación académica.

## **5.6. FACTIBILIDAD**

La Factibilidad Administrativa queda demostrada en el hecho de la planificación estratégica exigirá la estructura funcional y organizativa a las PYMES, lo que hará que las tareas se cumplan con corrección; además, la aplicación de la herramienta propuesta depende exclusivamente de la decisión de los dueños de estos negocios, lo que facilita el llevarla a cabo.

Desde el punto de vista de la Factibilidad Legal, no se requiere de normativas en lo que respecta a la implementación de planes estratégicas, ni tampoco en su diseño; sólo cabe recalcar que habría que considerar aspectos planteados en la Matriz Productiva pero que son de beneficio para estos negocios.

La Factibilidad Económica - Presupuestaria se da porque la implementación del plan podrá financiarse con capital del negocio y en caso de ser necesario acudir a un apalancamiento toando como opciones las que establece el gobierno a través de la nueva Matriz Productiva.

En lo que respecta a la Factibilidad Técnica, al estar trabajando con PYMES no se requiere de grandes tecnicismos en cuanto a maquinarias ni sistemas computarizados, lo que hace viable la propuesta.

## **5.7. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA**

### **5.7.1. Actividades**

El Plan estratégico diseñado para tres años 2015 – 2017, se compone de las siguientes fases:

## FASE A.- PRESENTACIÓN DEL NEGOCIO

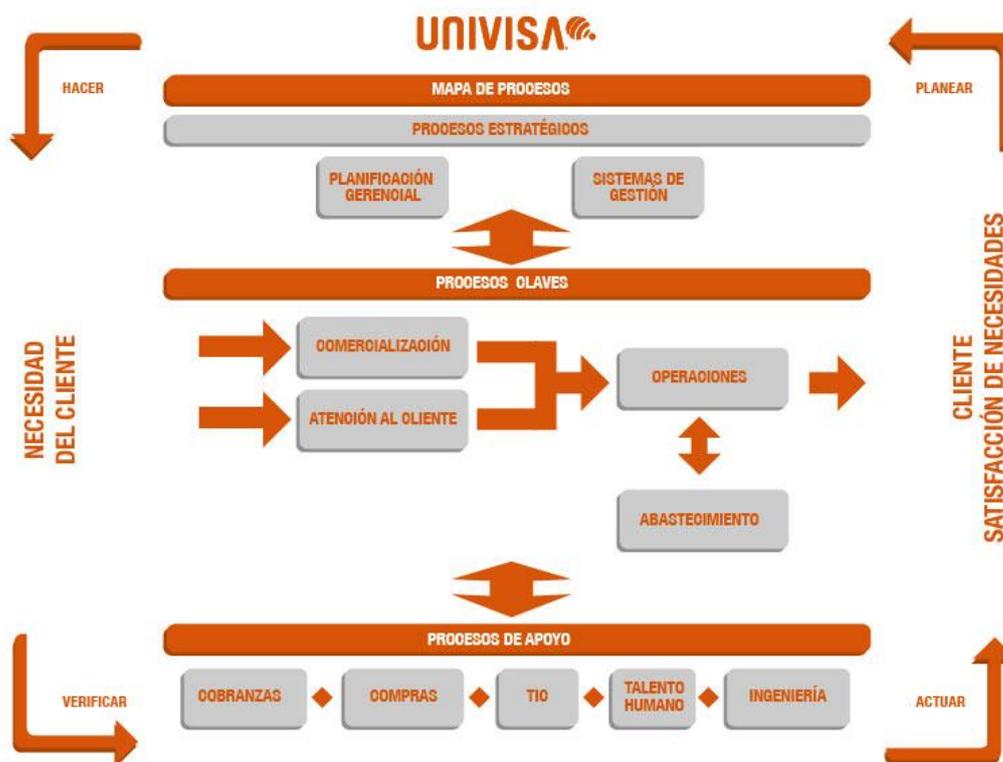
### a) Introducción

La empresa en la cual se va realizar el Plan Estratégico es “UNIVISA”, Empresa de Telecomunicaciones que brinda servicio de televisión pagada e internet siendo este su objetivo principal.

Tiene 20 años en el cantón Milagro, su servicio consiste brindar servicio de televisión pagada e internet, está ubicada en la Av. Juan Montalvo y la calle 12 de Febrero, el número de personal ocupado asciende a 14.

A continuación se desglosa su organigrama, teniendo así una idea general de sus funciones:

FIGURA 34. Organigrama de Procesos



Elaborado por: UNIVISA

## **Filosofía Corporativa**

**Misión.-** Lograr la satisfacción de nuestros clientes, mediante la distribución de los mejores servicios de acceso a información y entretenimiento, con recursos humanos calificados, sistemas eficientes y tecnología de punta, cumpliendo altos estándares de calidad, creando valor para los accionistas, sus colaboradores y la sociedad.

**Visión.- (a 5 años)** Ser el más eficiente operador de telecomunicaciones, brindando entretenimiento y servicio de alta calidad a nuestros clientes, impactando de manera profunda en el bienestar y desarrollo de la sociedad.

## **Valores Corporativos.-**

- **Seguridad.-** identificar los peligros y asignar recursos para prevenir y controlar el riesgo necesario de nuestros trabajadores.
- **Compromiso.-** Con la satisfacción de los clientes y colaboradores.
- **Honestidad.-** Ser completamente transparente con nuestros clientes.
- **Liderazgo.-** Trabajo en equipo con un gran líder de guía.
- **Lealtad.-** Integrar todos los empleados como dueños de UNIVISA para alcanzar un lealtad pura.
- **Responsabilidad.-** Atender al instante los requerimientos de los clientes.
- **Confianza.-** Brindar mejor servicios enfrentando los retos con valor esfuerzo y creatividad.

## **FASE B.- ANÁLISIS DEL NEGOCIO Y SU ENTORNO**

### **a) Análisis FODA**

#### **ANALISIS FODA**

#### **FORTALEZA**

- Personal altamente capacitado.
- Trabajo en equipo.

- Poder de negociación.
- Clasificación de horarios según contenido de programación.
- Variedad de programación.
- Número de canales que se ofertan en el servicio.
- Ofrece paquetes de cable más internet.
- Precios bajos

### **OPORTUNIDADES**

- Reconocimiento de los clientes.
- Preferencia de los consumidores.
- Alianza y convenios con proveedores de canales.
- Economía de las familias permiten acceder al servicio.

### **DEBILIDADES**

- Infraestructura pequeña.
- Limitación de recursos económicos.
- Poca promoción publicitaria.
- Falta de determinación de procesos internos.
- Servicio de mantenimiento se genera con lentitud.
- Cortes de servicio en algunos canales a causa de fallas.

### **AMENAZAS**

- Ley de comunicación social.
- Poder de negociación de los clientes.
- Suspensión de canales satelitales.
- Elevados impuestos para el sector de televisión por cable.
- Ingreso de nuevos competidores.

## REJILLAS FODA

FO

CUADRO 30. Rejilla FO

FORTALEZA	OPORTUNIDAD						TOTAL
	Reconocimiento de los clientes.	Preferencia de los consumidores.	Allianza y convenios con proveedores de canales.	Economía de las familias permiten acceder al servicio.	Líneas de crédito empresariales privadas y estatales.		
Personal altamente capacitado	6	9	3	3	6		27
Trabajo en equipo	6	9	3	3	3		24
Poder de negociación	9	6	6	9	3		33
Clasificación de horarios según contenido de programación	3	9	3	3	3		21
Variedad de programación.	6	6	9	3	6		30
Número de canales que se ofertan en el servicio	6	6	6	3	6		27
Ofrece paquetes de cable más internet.	6	6	6	6	6		30
Precios bajos	9	9	6	9	6		39
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>60</b>	<b>42</b>	<b>39</b>	<b>39</b>		<b>231</b>

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

FA

CUADRO 31. Rejilla FA

FORTALEZA	AMENAZAS					
	Ley de comunicación social.	Poder de negociación de los clientes.	Suspensión de canales satelitales.	Ingreso de nuevos competidores	Elevados impuestos para el sector de televisión por cable.	
Personal altamente capacitado	3	6	3	3	6	
Trabajo en equipo	3	6	3	3	3	
Poder de negociación	3	6	6	6	6	
Clasificación de horarios según contenido de programación	6	9	3	6	6	
Variedad de programación.	3	3	3	6	3	
Número de canales que se ofertan en el servicio	3	6	3	6	9	
Ofrece paquetes de cable más internet.	3	6	3	9	6	
Precios bajos	6	6	6	9	9	

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

## DO

CUADRO 32. Rejilla DO

DEBILIDAD	OPORTUNIDAD						TOTAL
		Reconocimiento de los clientes.	Preferencia de los consumidores.	Allianza y convenios con proveedores de canales.	Economía de las familias permiten acceder al servicio.	Líneas de crédito empresariales privadas y	
Infraestructura pequeña.	6	6	3	3	6	24	
Limitación de recursos económicos.	6	3	6	6	6	27	
Poca promoción publicitaria.	9	9	6	9	6	39	
Falta de determinación de procesos internos.	3	3	9	6	6	27	
Servicio de mantenimiento se genera con lentitud.	9	6	9	6	6	36	
Cortes de servicio en algunos canales a causa de fallas.	6	6	9	6	6	33	
<b>TOTAL</b>	<b>39</b>	<b>33</b>	<b>42</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>186</b>	

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

## DA

CUADRO 33. Rejilla DA

DEBILIDAD	AMENAZA					
		Ley de comunicación social.	Poder de negociación de los clientes.	Suspensión de canales satelitales.	Ingreso de nuevos competidores	Elevados impuestos para el sector de televisión por cable.
Infraestructura pequeña.	3	6	3	9	6	
Limitación de recursos económicos.	3	6	6	6	6	
Poca promoción publicitaria.	6	6	6	9	6	
Falta de determinación de procesos internos.	6	3	6	6	3	
Servicio de mantenimiento se genera con lentitud.	3	3	6	6	9	
Cortes de servicio en algunos canales a causa de fallas.	3	9	9	9	6	

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

## MATRIZ FO FA DO DA

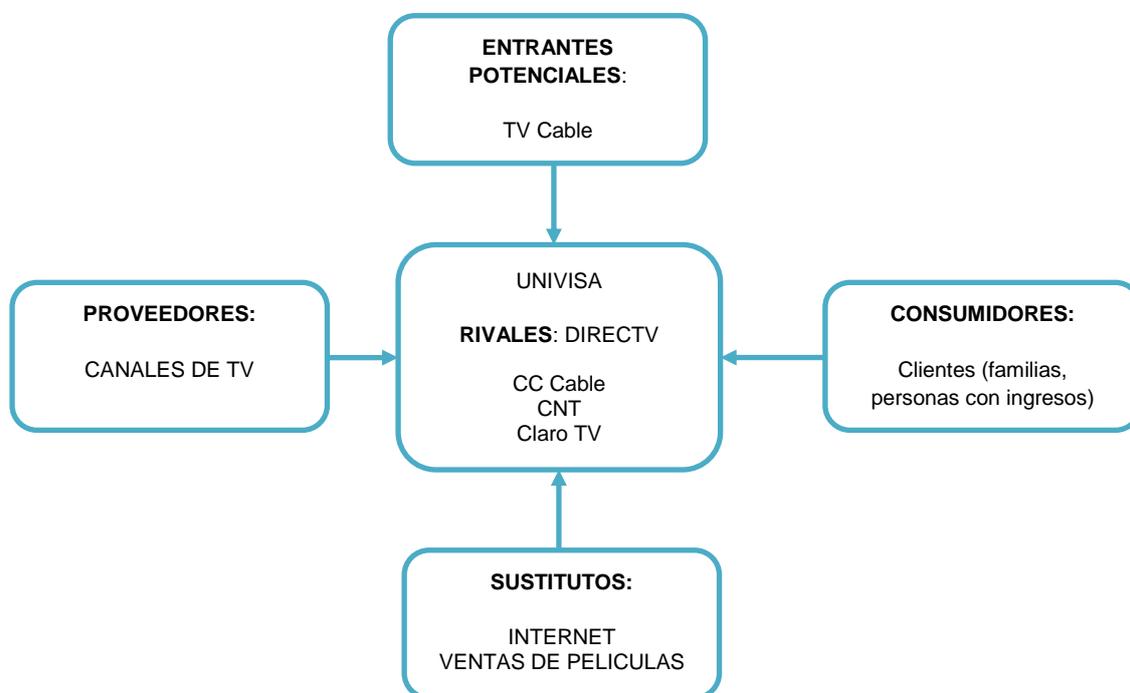
CUADRO 34. Análisis FODA

<p style="text-align: center;"><b>Factores Internos</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Factores Externos</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Fortalezas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Personal altamente capacitado</li> <li>2. Trabajo en equipo</li> <li>3. Poder de negociación</li> <li>4. Clasificación de horarios según contenido de programación</li> <li>5. Variedad de programación.</li> <li>6. Número de canales que se ofertan en el servicio</li> <li>7. Ofrece paquetes de cable más internet.</li> <li>8. Precios bajos</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Debilidades</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Infraestructura pequeña.</li> <li>2. Limitación de recursos económicos.</li> <li>3. Poca promoción publicitaria.</li> <li>4. Falta de determinación de procesos internos.</li> <li>5. Servicio de mantenimiento se genera con lentitud.</li> <li>6. Cortes de servicio en algunos canales a causa de fallas.</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>Oportunidades</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reconocimiento de los clientes.</li> <li>2. Preferencia de los consumidores.</li> <li>3. Alianza y convenios con proveedores de canales.</li> <li>4. Economía de las familias permiten acceder al servicio.</li> <li>5. Líneas de crédito empresariales privadas y estatales.</li> </ol>	<p><b>FO:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Impulsar el reconocimiento del servicio que se ofrece, realizando campañas publicitarias.</li> <li>2. Seguir aumentando la variedad de programación con los nuevos canales que se oferten para así poder obtener la preferencia de los consumidores.</li> <li>3. Ofrecer paquetes del servicio con precios bajos que estén acorde con la economía de las familias Milagreñas.</li> </ol>	<p><b>DO:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ofrecer servicio técnico eficaz para que puedan solucionar los inconvenientes de los clientes de manera inmediata.</li> <li>2. Realizar convenios con proveedores leales que no incumplan con los reglamentos establecidos.</li> <li>3. Acceder a líneas de crédito para invertir en infraestructura y tecnología.</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>Amenazas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ley de comunicación social.</li> <li>2. Poder de negociación de los clientes.</li> <li>3. Suspensión de canales satelitales.</li> <li>4. Elevados impuestos para el sector de televisión por cable.</li> <li>5. Ingreso de nuevos competidores.</li> </ol>	<p><b>FA:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Captar nuevos clientes ofreciendo paquetes especiales en cuanto a programación.</li> <li>2. Trabajar con convenios con personal de mantenimiento especializado para ofertar un servicio de calidad y con trato excepcional al cliente.</li> <li>3. Cumplir con las políticas establecidas en la nueva Ley de Comunicación a fin de evitar problemas con el gobierno.</li> </ol>	<p><b>DA:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Firmar contratos a largo plazo para evitar la suspensión de canales satelitales.</li> <li>2. Establecer políticas entre la empresa y los proveedores donde estos últimos se comprometan a pagar una indemnización por fallas en los servicios que ofrecen.</li> <li>3. Realizar proceso de seguimiento después de la instalación del servicio para que se pueda corregir fallas en la instalación.</li> </ol>

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

**b) Análisis de 5 Fuerzas de Porter: atractividad del mercado y del sector industrial en el que opera el negocio.**

**FIGURA 35. Análisis Porter.**



**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

**CUADRO 35. CUADRO sobre Barrera de Entrada**

<b>Barrera de entrada</b>	<b>BAJO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>ALTO</b>
Servicio diferente		X	
Política gubernamental		X	
Capital invertido	X		
<b>NIVEL DE ENTRADA</b>	1	2	0
	33,33%	66,67%	0,00%

**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

Las barreras de entrada son medias, lo que significa que la empresa está en el mercado con posicionamiento pero debe mantener una diferenciación con la finalidad de protegerse de posibles competidores nuevos con poder económico suficiente como para ofrecer un servicio de calidad a precios más bajo, factor que cambiaría las preferencias de los clientes.

**CUADRO 36. CUADRO sobre Producto Sustituto**

<b>Producto Sustituto</b>	<b>BAJO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>ALTO</b>
Planes de internet		x	
Nuevos canales de tv	x		
Precio		x	
<b>AMENAZA DE SUSTITUTO</b>	1	2	0
	33,33%	66,67%	0,00%

**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

Los productos sustitutos están en un nivel medio, lo cual refleja que el negocio escogido debe incrementar una gama de variedad en cuanto al producto y/o servicio que ofrece para que de esta manera se pueda obtener clientes fieles y brindar un servicio de calidad que mantenga al cliente satisfecho.

**CUADRO 37. CUADRO sobre la Rivalidad**

<b>Rivalidad</b>	<b>BAJO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>ALTO</b>
Precios		x	
Tecnología			x
Servicio		x	
<b>NIVEL DE RIVALIDAD</b>	0	2	1
	0,00%	66,67%	33,33%

**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

La rivalidad en cuanto a los compradores es medio, ya que esto influye mucho en la calidad del producto que ofrezca la empresa en este caso se debe tomar en cuenta el producto que ofrece debe diferenciarse del resto de productos que tenga un valor agregado que agrade al cliente, tomando como referencia que el consumidor será quien elija de acuerdo al precio y calidad.

**CUADRO 38. CUADRO sobre Poder de Negociación de los Compradores**

<b>Poder de negociación de los compradores</b>	BAJO	MEDIO	ALTO
Variedad		x	
Precio	x		
Tecnología		x	
Innovación		x	
PODER DE LOS COMPTADORES	1	3	0
	25,00%	75,00%	0,00%

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

El poder de negociación del comprador es medio, estos datos revelan que ellos tienen otros proveedores de este tipo de servicio, lo que les genera la capacidad de escoger a quienes les oferten mayores beneficios, de ahí la necesidad de mejorar en la empresa para satisfacer altamente a los clientes.

**CUADRO 39. CUADRO sobre Poder de Negociación de los Proveedores.**

<b>Poder de negociación de los proveedores</b>	BAJO	MEDIO	ALTO
Costo		x	
Distribución		x	
Diferenciación	x		
Promoción		x	
NIVEL DE NEGOCIACION	1	3	0
	25,00%	75,00%	0,00%

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

El nivel de negociación se encuentra en un nivel medio, esto significa que ellos inciden en precios y ofertas de canales que la empresa hace a sus clientes, generando la necesidad de convenios para asegurar un mejor servicio.

**CUADRO 40. CUADRO sobre la Atractividad del Sector de la PYMES.**

MATRIZ DE ATRACTIVIDAD DEL SECTOR INDUSTRIAL	ACTUAL			FUTURO		
	BAJO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO
Barrera de entrada	1	2	0		x	
Producto sustituto	1	2	0			x
Rivalidad	0	2	1			x
Poder de comprador	1	3	0			x
Poder de negociación de proveedores	1	3	0			x
TOTAL	4	12	1			
	23,53%	70,59%	5,88%			

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

**c) Definición de Objetivos Estratégicos**

- Implementar procesos innovadores que ayuden a brindar un servicio caracterizado por la calidad y variedad.
- Establecer políticas en cuanto a los convenios futuros a realizarse con proveeduría
- Invertir en fortalecer la imagen y posicionamiento de la empresa, generando la confiabilidad de los clientes.

**d) Clasificación de estrategias en base a aspectos de crecimiento empresarial.**

**Crecimiento Integrado**

- Trabajar con convenios con personal de mantenimiento especializado para ofertar un servicio de calidad y con trato excepcional al cliente.
- Realizar convenios con proveedores leales que no incumplan con los reglamentos establecidos.
- Acceder a líneas de crédito para invertir en infraestructura y tecnología.
- Firmar contratos a largo plazo para evitar la suspensión de canales satelitales.
- Establecer políticas entre la empresa y los proveedores donde estos últimos se comprometan a pagar una indemnización por fallas en los servicios que ofrecen.

## **Crecimiento Diversificado**

Captar nuevos clientes ofreciendo paquetes especiales en cuanto a programación.

## **Crecimiento Intensivo**

Impulsar el reconocimiento del servicio que se ofrece, realizando campañas publicitarias.

Seguir aumentando la variedad de programación con los nuevos canales que se oferten para así poder obtener la preferencia de los consumidores.

Ofrecer paquetes del servicio con precios bajos que estén acorde con la economía de las familias Milagreñas.

Ofrecer un servicio de calidad y con trato excepcional al cliente para diferenciarse de la competencia.

Cumplir con las políticas establecidas en la nueva Ley de Comunicación a fin de evitar problemas con el gobierno.

Realizar proceso de seguimiento después de la instalación del servicio para que se pueda corregir fallas en la instalación.

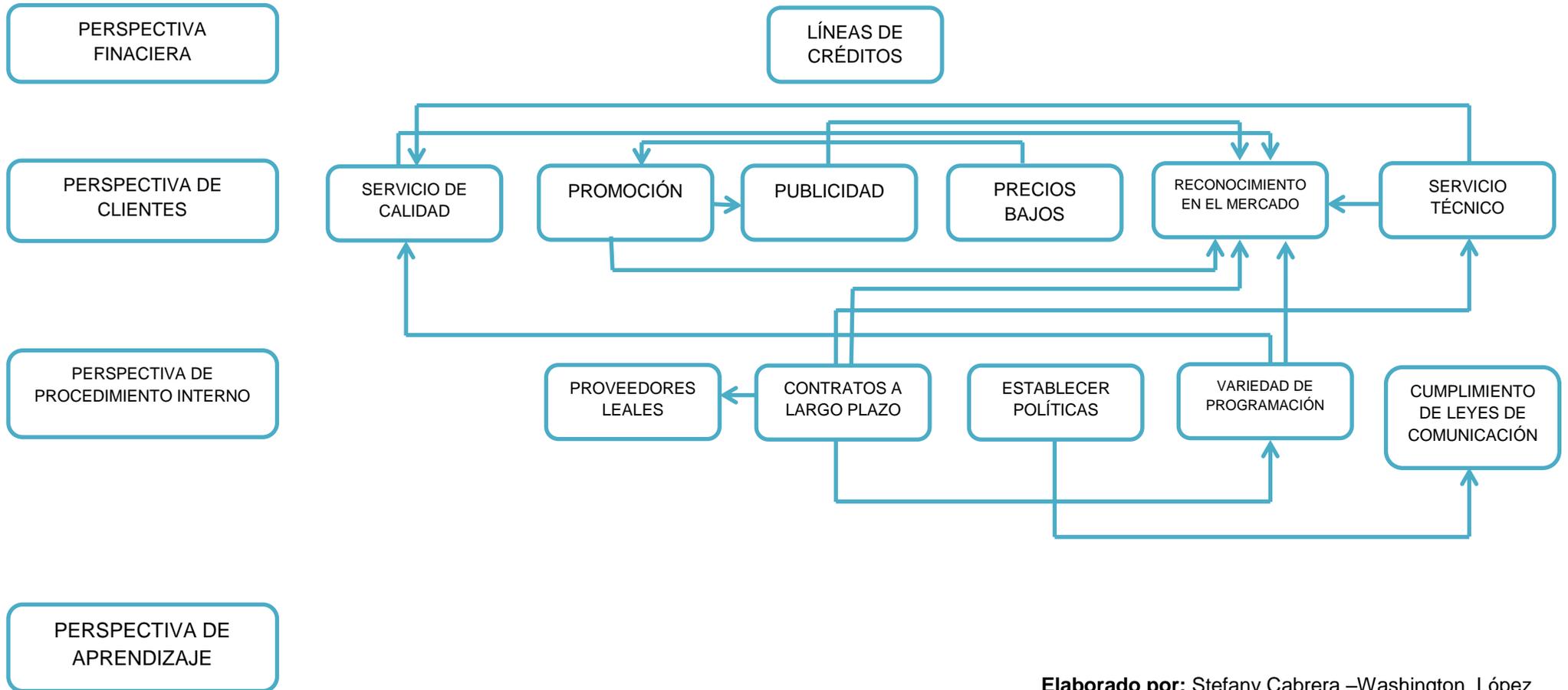
## **FASE C.- OPERATIVIDAD DEL PLAN**

- a) Establecimiento del plan de acción con las respectivas actividades estratégicas, considerando metodología de BSC.**



# BALANCE SCORE CARD

FIGURA 37. Balance Score Card.



Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

## CUADRO DE MANDO INTEGRAL

**CUADRO 41. Cuadro de Mando Integral**

PERSPECTIVAS	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	COSTO	INDICADORES	RESPONSABLE	RESULTADOS
PERSPECTIVA DE APRENDIZAJE						
PERPESCTIVA DE PROCEDIMIENTO INTERNO	Realizar convenios con proveedores leales que no incumplan con los reglamentos establecidos.	Realizar pagos a tiempo.	85	Número de Proveedor a pagar.	Dueño de las PYMES	Proveedores fiables
	Firmar contratos a largo plazo para evitar la suspensión de canales satelitales.	Seleccionar Proveedores que sean de beneficio para la empresa para firmar el contrato.	89	Número de contratos firmados.	Dueño de las PYMES	Contratación de proveedores estables
	Establecer políticas entre la empresa y los proveedores donde estos últimos se comprometan a pagar una indemnización por fallas en los servicios que ofrecen.	Verificar el cumplimiento de las políticas.	0	Número de políticas a cumplir.	Dueño de las PYMES	Menos multas por incumplimiento.
		Seguimiento acorde el cumplimiento de las políticas.	100	Número de políticas a cumplir.		Más control de las políticas.
	Seguir aumentando la variedad de programación con los nuevos canales que se oferten para así poder obtener la preferencia de los consumidores.	Buscar nuevos Programas de TV.	100	Número de programas nuevos.	Dueño de las PYMES	Mayor audiencia televisiva.
		Contratar nuevos Proveedores	200	Número de proveedores a contratar.		Mejor servicio.
	Cumplir con las políticas establecidas en la nueva Ley de Comunicación a fin de evitar problemas con el gobierno.	Implementar normas ISO	100	Número de normas a implementarse.	Dueño de las PYMES	Mejor funcionamiento de la empresa.
		Crear un manual de proceso acorde con el cumplimiento de la leyes.	150	Número de proceso a realizarse.		cumplimiento de las leyes
	Trabajar con convenios con personal de mantenimiento especializado para ofertar un servicio de calidad y con trato excepcional al cliente.	Buscar Proveedores.	250	Número de los posibles nuevos proveedores.	Dueño de las PYMES	Abastecimiento de nuevos canales.
		Firmar nuevos convenios.	0	Número de convenios de los proveedores.		Control de Precios.
PERSPECTIVA DE CLIENTES	Captar nuevos clientes ofreciendo paquetes especiales en cuanto a programación.	Realizar un estudio de mercado para captar las preferencias de los clientes.	80	Número de nuevos clientes.	Dueño de las PYMES	Cubrir con los requerimientos de los clientes.
		Diseñar un Cronograma de Programación.	120	Número de cronograma realizados.		Más televidentes.
	Impulsar el reconocimiento del servicio que se ofrece, realizando campañas publicitarias.	Contratar personal capacitado para realizar publicidad.	120	Número de personal contratado.	Dueño de las PYMES	Mejor imagen de la empresa.
		Crear nueva imagen de publicidad de la empresa.	145	Número de publicidades para la empresa.		Captación de más clientes.
	Ofrecer paquetes del servicio con precios bajos que estén acorde con la economía de las familias Milagreñas.	Diseñar una cartera de clientes para poder ofrecerles las promociones a quienes paguen a tiempo.	105	Número de cartera diseñada.	Dueño de las PYMES	Clientes favorecidos por el cumplimiento de sus pagos.
	Ofrecer un servicio de calidad y con trato excepcional al cliente para diferenciarse de la competencia.	Capacitar a los empleados para que brinden una mejor atención.	300	Número de empleados a capacitarse.	Dueño de las PYMES	Empleados con nuevos conocimientos.
		Implementar un call center para atender las inquietudes de los clientes.	500	Número de clientes satisfechos.		Satisfacción de los clientes.
	Realizar proceso de seguimiento después de la instalación del servicio para que se pueda corregir fallas en la instalación.	Contratación de personal técnico para brindar un mantenimiento adecuado.	0	Número de contratación de nuevo personal.	Dueño de las PYMES	Mejores Trabajadores
Adquirir equipos y materiales de calidad.		300	Número de equipos a contratar.	Mejor funcionamiento		
PERSPECTIVA FINANCIERA	Acceder a líneas de crédito para invertir en infraestructura y tecnología.	Mantener la empresa en un buen estado financiero.	96	Número de crédito aceptado.	Dueño de las PYMES	Correcta rentabilidad

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

**b) Presupuesto del Plan Estratégico. (a 3 años).**

**CUADRO 42. Presupuesto del Plan Estratégico.**

<b>ESTRATEGIAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>COSTO</b>
Realizar convenios con proveedores leales que no incumplan con los reglamentos establecidos.	Realizar pagos a tiempo.	85
Firmar contratos a largo plazo para evitar la suspensión de canales satelitales.	Seleccionar Proveedores que sean de beneficio para la empresa para firmar el contrato.	89
Establecer políticas entre la empresa y los proveedores donde estos últimos se comprometan a pagar una indemnización por fallas en los servicios que ofrecen.	Verificar el cumplimiento de las políticas.	0
	Seguimiento acorde el cumplimiento de las políticas.	100
Seguir aumentando la variedad de programación con los nuevos canales que se oferten para así poder obtener la preferencia de los consumidores.	Buscar nuevos Programas de TV.	100
	Contratar nuevos Proveedores	200
Cumplir con las políticas establecidas en la nueva Ley de Comunicación a fin de evitar problemas con el gobierno.	Implementar normas ISO	100
	Crear un manual de proceso acorde con el cumplimiento de la leyes.	150
Trabajar con convenios con personal de mantenimiento especializado para ofertar un servicio de calidad y con trato excepcional al cliente.	Buscar Proveedores.	250
	Firmar nuevos convenios.	0
Captar nuevos clientes ofreciendo paquetes especiales en cuanto a programación.	Realizar un estudio de mercado para captar las preferencias de los clientes.	80
	Diseñar un Cronograma de Programación.	120
Impulsar el reconocimiento del servicio que se ofrece, realizando campañas publicitarias.	Contratar personal capacitado para realizar publicidad.	120
	Crear nueva imagen de publicidad de la empresa.	145
Ofrecer paquetes del servicio con precios bajos que estén acorde con la economía de las familias Milagreñas.	Diseñar una cartera de clientes para poder ofrecerles las promociones a quienes paguen a tiempo.	105
Ofrecer un servicio de calidad y con trato excepcional al cliente para diferenciarse de la competencia.	Capacitar a los empleados para que brinden una mejor atención.	300
	Implementar un call center para atender las inquietudes de los clientes.	500
Realizar proceso de seguimiento después de la instalación del servicio para que se pueda corregir fallas en la instalación.	Contratación de personal técnico para brindar un mantenimiento adecuado.	0
	Adquirir equipos y materiales de calidad.	300
Acceder a líneas de crédito para invertir en infraestructura y tecnología.	Mantener la empresa en un buen estado financiero.	96
<b>Total</b>		<b>\$ 2.840,00</b>

**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

### c) Cronograma para aplicación de actividades

**CUADRO 43. Cronograma de Actividades de la Propuesta**

<b>Estrategia</b>	<b>Actividades</b>	<b>Fecha de Inicio</b>	<b>Fecha de Terminación</b>
Realizar convenios con proveedores leales que no incumplan con los reglamentos establecidos.	Realizar pagos a tiempo.	feb-15	feb-15
Firmar contratos a largo plazo para evitar la suspensión de canales satelitales.	Seleccionar Proveedores que sean de beneficio para la empresa para firmar el contrato.	mar-15	abr-15
Establecer políticas entre la empresa y los proveedores donde estos últimos se comprometan a pagar una indemnización por fallas en los servicios que ofrecen.	Verificar el cumplimiento de las políticas.	feb-15	feb-15
	Seguimiento acorde el cumplimiento de las políticas.	feb-15	feb-15
Seguir aumentando la variedad de programación con los nuevos canales que se ofrecen para así poder obtener la preferencia de los consumidores.	Buscar nuevos Programas de TV.	feb-15	mar-15
	Contratar nuevos Proveedores	abr-15	may-15
Cumplir con las políticas establecidas en la nueva Ley de Comunicación a fin de evitar problemas con el gobierno.	Implementar normas ISO	may-15	jun-15
	Crear un manual de proceso acorde con el cumplimiento de la leyes.	jul-15	dic-15
Trabajar con convenios con personal de mantenimiento especializado para ofertar un servicio de calidad y con trato excepcional al cliente.	Buscar Proveedores.	may-15	dic-15
	Firmar nuevos convenios.	ago-15	ago-15
Captar nuevos clientes ofreciendo paquetes especiales en cuanto a programación.	Realizar un estudio de mercado para captar las preferencias de los clientes.	feb-16	may-16
	Diseñar un Cronograma de Programación.	mar-16	may-16
Impulsar el reconocimiento del servicio que se ofrece, realizando campañas publicitarias.	Contratar personal capacitado para realizar publicidad.	mar-15	ago-15
	Crear nueva imagen de publicidad de la empresa.	sep-15	nov-15
Ofrecer paquetes del servicio con precios bajos que estén acorde con la economía de las familias Milagreñas.	Diseñar una cartera de clientes para poder ofrecerles las promociones a quienes paguen a tiempo.	abr-16	mar-16
Ofrecer un servicio de calidad y con trato excepcional al cliente para diferenciarse de la competencia.	Capacitar a los empleados para que brinden una mejor atención.	mar-16	jun-16
	Implementar un call center para atender las inquietudes de los clientes.	sep-16	abr-17
Realizar proceso de seguimiento después de la instalación del servicio para que se pueda corregir fallas en la instalación.	Contratación de personal técnico para brindar un mantenimiento adecuado.	mar-16	abr-16
	Adquirir equipos y materiales de calidad.	ene-16	feb-16
Acceder a líneas de crédito para invertir en infraestructura y tecnología.	Mantener la empresa en un buen estado financiero.	ene-15	feb-15

**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

El Plan Estratégico está diseñado para tres años, dando la oportunidad a UNIVISA de que lo financie a través de un apalancamiento y que los

resultados esperados, en términos económicos permitan al negocio cubrir el endeudamiento y obtener rentabilidad.

## FASE D.- SEGUIMIENTO DEL PLAN

a) Diseño de indicadores para seguimiento del Plan

**CUADRO 44. Diseño de indicadores.**

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>INDICADORES</b>
Realizar pagos a tiempo.	Número de Proveedor a pagar.
Seleccionar Proveedores que sean de beneficio para la empresa para firmar el contrato.	Número de contratos firmados.
Verificar el cumplimiento de las políticas.	Número de políticas a cumplir.
Seguimiento acorde el cumplimiento de las políticas.	Número de políticas a cumplir.
Buscar nuevos Programas de TV.	Número de programas nuevos.
Contratar nuevos Proveedores	Número de proveedores a contratar.
Implementar normas ISO	Número de normas a implementarse.
Crear un manual de proceso acorde con el cumplimiento de la leyes.	Número de proceso a realizarse.
Buscar Proveedores.	Número de los posibles nuevos proveedores.
Firmar nuevos convenios.	Número de convenios de los proveedores.
Realizar un estudio de mercado para captar las preferencias de los clientes.	Número de nuevos clientes.
Diseñar un Cronograma de Programación.	Número de cronograma realizados.
Contratar personal capacitado para realizar publicidad.	Número de personal contratado.
Crear nueva imagen de publicidad de la empresa.	Número de publicidades para la empresa.
Diseñar una cartera de clientes para poder ofrecerles las promociones a quienes paguen a tiempo.	Número de cartera diseñada.
Capacitar a los empleados para que brinden una mejor atención.	Número de empleados a capacitarse.
Implementar un call center para atender las inquietudes de los clientes.	Número de clientes satisfechos.
Contratación de personal técnico para brindar un mantenimiento adecuado.	Número de contratación de nuevo personal.
Adquirir equipos y materiales de calidad.	Número de equipos a contratar.

**Elaborado por:** Stefany Cabrera –Washington López

Para el desarrollo del plan se ha tomado una PYME del cantón, en este caso UNIVISA

## 5.7.2. Recursos, Análisis Financiero

CUADRO 45. Análisis Financiero.

ESTRATEGIAS	COSTOS	ESTRATEGIAS	COSTOS	ESTRATEGIAS	COSTOS
Estrategias de Crecimiento Intensivo		Estrategias de Crecimiento Integrado		Estrategias de Crecimiento Diversificado	
Impulsar el reconocimiento del servicio que se ofrece, realizando campañas publicitarias.	\$ 265,00	Trabajar con convenios con personal de mantenimiento especializado para ofertar un servicio de calidad y con trato excepcional al cliente.	\$ 250,00	Captar nuevos clientes ofreciendo paquetes especiales en cuanto a programación.	\$ 200,00
Seguir aumentando la variedad de programación con los nuevos canales que se oferten para así poder obtener la preferencia de los consumidores.	\$ 300,00	Realizar convenios con proveedores leales que no incumplan con los reglamentos establecidos.	\$ 85,00		
Ofrecer paquetes del servicio con precios bajos que estén acorde con la economía de las familias Milagreñas.	\$ 105,00	Acceder a líneas de crédito para invertir en infraestructura y tecnología.	\$ 96,00		
Ofrecer un servicio de calidad y con trato excepcional al cliente para diferenciarse de la competencia.	\$ 800,00	Firmar contratos a largo plazo para evitar la suspensión de canales satelitales.	\$ 89,00		
Cumplir con las políticas establecidas en la nueva Ley de Comunicación a fin de evitar problemas con el gobierno.	\$ 250,00	Establecer políticas entre la empresa y los proveedores donde estos últimos se comprometan a pagar una indemnización por fallas en los servicios que ofrecen.	\$ 100,00		
Realizar proceso de seguimiento después de la instalación del servicio para que se pueda corregir fallas en la instalación.	\$ 300,00				
<b>Total</b>	<b>\$ 2.020,00</b>		<b>\$ 620,00</b>		<b>\$ 200,00</b>

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

Las estrategias propuestas se deberán tomar en cuenta para cada una de las PYMES dependiendo la actividad que realicen para implementar procesos acordes a cada una de ellas, tomando en cuenta que cada una de las estrategias deben llevarse a cabo de manera explícita y transparente para evitar conflictos futuros entre las personas implicadas.

Para dar fiabilidad de las estrategias propuestas se ha tomado en cuenta una PYME de servicio "UNIVISA", donde se van a ser implementadas las estrategias.

**CUADRO 46. Costo Beneficio**

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>COSTO</b>
Estrategias de Crecimiento Intensivo	\$ 2.020,00
Estrategias de Crecimiento Integrado:	\$ 620,00
Estrategias de Crecimiento Diversificado:	\$ 200,00
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 2.840,00</b>

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

**Análisis Costo-Beneficio:**

Para iniciar este análisis se detallan los datos básicos sobre la PYME seleccionada.

**Razón Social:** UNIVISA

**Sector:** Servicio

**Total de Personal:** 14 Trabajadores

**Tiempo en el mercado:** 20 años

Univisa siendo una empresa de 20 años de trayectoria posee algunas características de poder de negociación, sostenibilidad, ya que durante el tiempo que ha tenido de trayectoria, han ingresado nuevos competidores en el mercado de servicio de televisión pagada, Univisa ha sabido cómo mantenerse en el mercado competitivo ya sea desarrollando nuevas estrategias que le han

generado un resultado muy positivo que le ha permitido estar en la competencia con las demás PYMES que ofrecen un mismo servicio.

### Ingresos por ventas del 2012, 2013 y 2014:

CUADRO 47. Ingreso por Ventas Años 2012 - 2014

Ingresos por ventas 2012	Ingresos por ventas 2013	Ingresos por ventas 2014
\$ 19.494.745,00	\$ 19.621.050,00	\$ 19.738.641,00

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

### Cálculo del Costo-Beneficio:

CUADRO 48. Calculo Costo Beneficio año 2012 – 2014

Ingresos por ventas 2012	Ingresos por ventas 2013	Crecimiento- Decrecimien to Al 2013	Porcentaje	Ingresos por ventas 2014	Crecimiento- Decrecimien to Al 2014	Porcentaje
\$ 19.494.745,00	\$ 19.621.050,00	\$ 126.305,00	0,64789255%	\$ 19.738.641,00	\$ 117.591,00	0,59931043%

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

CUADRO 49. Costo Beneficio año 2015 - 2017

Ingresos por ventas 2014	Ingresos esperados	Crecimiento al 2015	Porcentaje	Ingresos por ventas 2016	Crecimiento- Decrecimiento Al 2016	Porcentaje	Ingresos por ventas 2017	Crecimiento- Decrecimiento Al 2017	Porcentaje
\$ 19.738.641,00	\$ 19.896.134,09	\$ 157.493,09	0,797892266%	\$ 20.084.728,01	\$ 188.593,92	0,947892285%	\$ 20.224.897,77	\$ 140.169,76	0,697892249%

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

Con la aplicación del plan estratégico se espera en el 2015 un crecimiento del 0,80% que representa en \$ 157.493,09.

En el 2016 el incremento será al 0,95% que representa en \$ 118.593,92 y en el 2017 un decrecimiento al 0,70% que representa en \$ 140.169,76.

### **Detalle del Costo-Beneficio:**

CUADRO 50. Detalle de Costo Beneficio.

<b>INCREMENTO POR AÑOS</b>	<b>INCREMENTO EN DOLARES</b>
Ingresos (crecimiento económico) 2015	\$ 157.493,09
Ingresos (crecimiento económico) 2016	\$ 188.593,92
Ingresos (crecimiento económico) 2017	\$ 140.169,76
Tota Ingresos	\$ 486.256,77
Costo del Plan	\$ 2.840,00
Bneficio	\$ 483.416,77

Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

### **5.7.3. Impacto**

El impacto que tendrá la propuesta será efectiva en las PYMES tomando en cuenta que se debe llevar a cabo todas y cada una de las estrategias de manera planificada ya que concierne en la captación de nuevos clientes y la economía de los negocios.

#### **Impacto Social:**

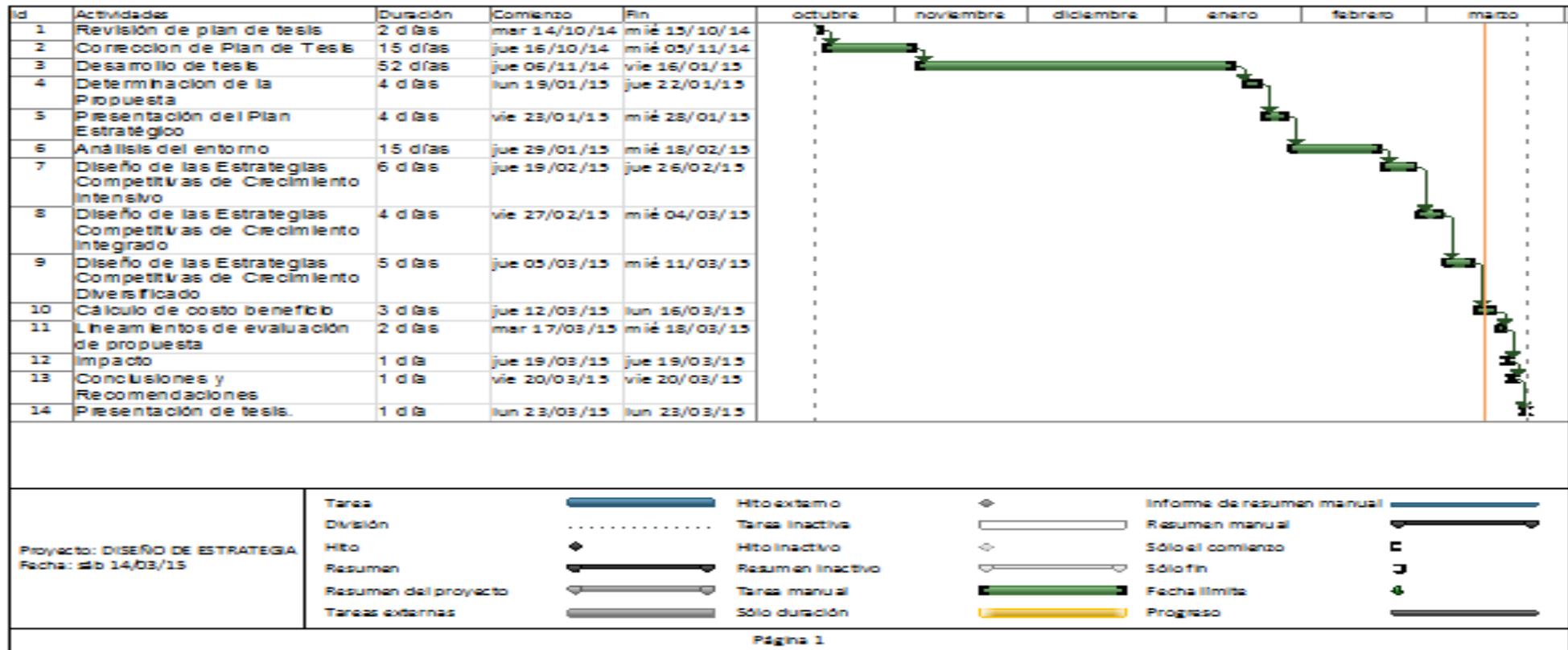
Los beneficios que se deberán dar es una mayor satisfacción para el cliente teniendo en cuenta sus necesidades ya que los consumidores son muy exigentes al momento que adquirir algún bien o servicio, tomando como puntos principales aportaciones de actividades que reflejen el desarrollo económico y generación de empleo.

#### **Impacto Económico:**

Los negocios deben partir en conocer a sus clientes tener una atención personalizada y tomar en cuenta sus requerimientos, planificar de manera clara y directa la captación del cliente con ofertas, promociones que agiliten la compra o servicio que se expone, tomando como punto prioritario los parámetros que dispone la nueva Matriz Productiva para fortalecer de esta manera los factores internos que intervienen en la economía del Cantón Milagro.

### 5.7.4. Cronograma

FIGURA 38. Cronograma de Actividades



Elaborado por: Stefany Cabrera –Washington López

### 5.7.5. Lineamiento para evaluar la propuesta

La evaluación de la propuesta se la realizara a través de indicadores para así poder medir cada uno de los resultados obtenidos por cada una de la estrategia que se han planteado cumpliendo con los objetivos planeados con los lineamientos detallados por Porter.

#### **Rentabilidad:**

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

#### **Liquidez:**

Ratio de Liquidez = Activo corriente / Pasivo corriente

#### **Apalancamiento o Endeudamiento:**

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

#### **Solvencia**

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

#### **Capital**

Activos circulantes - Pasivos circulantes.

#### **Margen de Utilidad:**

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

## **CONCLUSIONES:**

Mediante los datos que han sido recolectados se ha tomado en cuenta que las PYMES se encuentran en constante desarrollo el cual va dirigido por las normas y leyes que exige el gobierno para bienestar de la ciudadanía y las personas emprendedoras que desean encontrarse dentro del aspecto laboral para aportar al país.

La tecnología es un factor esencial en el desarrollo y crecimiento de los negocios, las grandes empresas se diferencian por poseerlas y manejarla con eficiencia logrando niveles de productividad, en el caso de las PYMES, queda demostrado que su tecnología es mínima, escasa y en algunos casos no se la posee, lo que las limita en su desarrollo en mejorar las actividades u operaciones que a diario se efectúan, poniéndolas en desventaja para competir en un mercado altamente exigente.

La planeación estratégica es muy importante para el mejoramiento de las PYMES, se debe tomar en cuenta que muchos negocios ya efectúan este tipo de planeación de forma prolongada llevando así una mejor distribución del mantenimiento del negocio; esto indica que a pesar de los cambios dispuestos para los negocios no todos realizan dichas estrategias, cabe indicar que es una falla de los comerciantes y en este caso le dan paso a la competencia que cada vez es mucho más fuerte y decisiva para obtener un fortalecimiento de su negocio.

La calidad de un producto debe ser una prioridad para quienes lo elaboran ya que debido al perfeccionamiento del producto se da a conocer para el cliente y así ser aprobado en el mercado ya sea este nacional como internacional, dichos parámetros impuestos por el gobierno son rigurosos para algunos de los negocios ya que no cuentan con suficiente financiamiento para que sus productos y/o servicios sean de mejor calidad y exportarlos a otros países; también implica la falta de información acerca de puntos estratégicos que imponen entidades públicas.

El tema de financiamiento es muy extenso ya que las entidades financieras públicas o privadas aportan con este medio que facilita de cierta manera a una mejor administración del bien que se desea obtener, en algunos negocios es algo complejo debido a que no cuentan con todos los requisitos para la aceptación de un financiamiento por parte de la entidad y en otros casos se expone que no desean realizar dichas transacciones, por ende se toma en cuenta que la infraestructura de cada negocio se lleva a cabo por decisión del propietario ya que si desea efectuarlo lo realizara y al no efectuarlo seguirá laborando acorde a su criterio.

## **RECOMENDACIONES:**

Dentro de la investigación que se ha realizado para que las PYMES obtengan una mejor participación y que mejoren la rentabilidad del país en conjunto con los cambios que brinda la nueva matriz productiva se podrían tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

Es importante que quienes dirigen las PYMES hagan conciencia de la importancia de la tecnología y para ello inicien una gestión donde los procesos financieros tienda a presupuestar la inversión en tecnología relacionada con factores productivos y mejoras en el trato y servicio al cliente, se aconseja que estos negocios pueden acceder a financiamientos privados y públicos para cumplir con lo detallado.

Los propietarios de los negocios deben realizar un compromiso con ellos mismos y poseer un alto fortalecimiento dentro del mercado en el que laboran ya que esto favorecerá a la productividad del país, se deben arriesgar en cuanto a estrategias que se dispongan para una mejor distribución del negocio y así llegar a obtener mucha más facilidad en los procesos que se plantean para el mejoramiento del negocio.

Es de mucha importancia que los propietarios de las PYMES promuevan sus niveles de productividad en cuanto a sus productos y servicios, los cuales deben ir mejorando constantemente no solo a mediano plazo sino a tiempo definido, deben tomar en cuenta que de sus producción dependen muchos trabajadores y la economía del país puede incrementarse de manera favorable; la producción debe ser amplia siguiendo las leyes de producción para que no exista fallas en el momento de evaluar el producto y así pueda ser exportado con excelentes normas de calidad.

Los dueños de las PYMES deberían de tomar riesgos con respecto a los financiamientos que ofrece el gobierno para mejorar la infraestructura de sus negocios, ya que esto tendrá un impacto favorable para el desarrollo y fortalecimiento de la ciudadanía, captar la información necesaria de mucho más valor para ponerla en práctica y desarrollar nuevas estrategias de financiamiento para no excluirse de los demás negocios, más bien seguir avanzando para tener reconocimiento en el mercado.

## **Bibliografía**

- (IASB), C. d. (2009). NIIF para las PYMES. The International Financial Reporting Standard for Small and Medium-sized Entities (IFRS for SMEs).
- Amaru Maximiano, A. C. (2008). Administracion para Emprendedores (1 ed.). (P. M. Rojas, Ed.) Mexico: Pearson Educacion de Mexico S.A. de C.V.
- Ansola Rojas, S. (2010). Administracion de Pequeñas Empresas (3 ed.). (J. M. Chacon, Ed.) Mexico: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Anta, M. d. (Ed.). (2004). Administracion de Servicios Estrategias de Marketing, Operaciones y Recursos Humanos (1 ed.). Mexico: Pearson Educacion de Meexico S.A. de C.V.
- Anzola, S. (2012). Administracion de Pequeñas Empresas (2 ed.). Mexico: McGraw- Hill Interamericana de Mexico S.A de C.V.
- Arevalo, L. S. (Ed.). (2005). Investigacion Integral de Mercados (3 ed.). Colombia: McGraw-Hill Interamericana, S.A.
- Barrios R, A. P. (2003). Metodologia de la Investigacion (Tercera ed.). Guayaquil-Ecuador: Infograficas y Portada.
- Bernal T., C. A. (2000). Metodologia de la Investigacion para Administracion y Economia. (M. M. Estrada, Ed.) Colombia: Pearson Educacion de Colombia.
- Bernal, C. A. (2010). Metodologia de la Investigacion (3 ed.). (O. F. Palma, Ed.) Colombia: Delfin Ltda.
- Besterfield, D. H. (2009). Control de Calidad (8 ed.). (L. M. Castillo, Ed.) Mexico: Pearson Educacion de Mexico S.A. de C.V.
- Burbano Ruiz, J. E. (2005). Presupuesto (3 ed.). (L. S. Arevalo, Ed.) Colombia: McGraw-Hill Interamericana S.A.

- Contreras Soto, R., Lopez Salazar, A., & Molina Sanchez, R. (2011).  
Emprendimiento Dimensiones Sociales y Culturales en las Mipymes. (C.  
M. Torres, Ed.) Mexico: Pearson Educacion de Mexico S.A. de C.V.
- Cuatrecasas, L. (2001). Gestion Integral de la Calidad. Barcelona: Ediciones  
Gestion 2000.
- D`Alessio, F. I. (2008). El Proceso Estrategico (1 ed.). (M. F. Castillo, Ed.)  
Mexico: Ppearson Educacion de Mexico S.A. de C.V.
- Dess, G. G., & Lumpkin, G. T. (2003). Direccion Estrategica (1 ed.). (S.  
Figueras, Ed.) España: McGraw-Hill Interamericana de España, S.A.U.
- Evans, J. R., & Lindsay, W. M. (2008). Administracion y Control de la Calidad (7  
ed.). (S. R. Gonzalez, Ed.) Mexico: Cengage Learning, Inc.
- Fernandez Sanchez, E. (2005). Estrategia de Innovacion. (C. G. Clara de la  
Fuente Rojo, Ed.) España: Paraninfo, S.A.
- Gomez, A. P., Rodriguez, P. S., & Alcaraz, F. Q. (2009). Supuestos de  
Contabilidad para las PYMES. (A. Cañizal, Ed.) España: Pearson  
Educacion, S.A.
- Hernández Sampieri, R. F. (2003). Metodología de la Investigación (Tercera  
ed.). McGraw-Hill.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010).  
Metodologia de la Investigacion (5 ed.). (J. M. Chacon, Ed.) Mexico: The  
McGraw-Hill Companies, Inc.
- Hill, C. W., & Jones, G. R. (2009). Administracion Estrategica (8 ed.). (J. M.  
Chacon, Ed.) Mexico: The McGranw-Hill.
- Lane Keller, K. (2008). Administracion Estrategica de Marca (3 ed.). (P. David,  
Ed.) Mexico: Perason Educacion.
- Mendenhall, Beaver, & Bearver. (2010). Introduccion a ala probabilistica y  
estadistica (Desima Tercera ed.). (S. R. Gonzalez, Ed.) Mexico:  
Cengage Learning, Inc.

- Moreno-Luzon, M. D., Peris, F. J., & Gonzalez, T. (2001). *Gestion de la Calidad y Diseño de Organizaciones* (1 ed.). (O. Andres, Ed.) Madrid: Pearson Educaion, S.A.
- Poole, B. J. (2001). *Tegnologia Educativa*. Colombia: The Mc Graw-Hill Companies, Inc. U.S.A.
- Rue, L. W., & Byars, L. L. (2006). *Administracion Teoria y Aplicaciones* (1 ed.). Mexico: Alfaomega Grupo Editor, S.A. de C.V.
- Sabino, C. (1992). *EL PROCESO DE INVESTIGACION*. Caracas: Panapo.
- Scali, J. O., & Tapia, G. N. (2011). *Tablero de Comando en las PYMES*. Mexico: Alfamega, Comicron.
- Tamayo, M. y. (2003). *EL PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA* (Cuarta ed.). MÉXICO,: LIMUSA, S.A.
- Thomson, A. A., Strickland III, A. J., & Gamble, J. E. (2008). *Administracion Estrategica* (Decima Quinta ed.). (J. M. Chacon, Ed.) Mexico: McGraw-Hill Interamericana S.A. de C.V.
- Triola, M. F. (2004). *Probabilidad y Estadistica* (9 ed.). (G. T. Mendoza, Ed.) Mexico: Pearson Educacion de Mexico, S.A. de C.V.
- Valarino, E., Yaber, G., & Cemborain, M. S. (2010). *Metodologia de la Investigacion* (1 ed.). Mexico: Trillas.
- Varela, R. V. (2008). *Innovacion Empresarial* (3 ed.). (M. F. Castillo, Ed.) Colombia: Pearson Educacion de Colombia, LTDA.

### **Linkografia:**

- Mirtme`s Weblog. (Noviembre de 2008). Recuperado el 13 de Noviembre de 2014, de Tipos de Tecnología de Información:  
<http://mirtme.wordpress.com/tecnologia-de-la-informacion-y-la-comunicacion/about/>
- Pymempresario. (11 de 5 de 2012). Recuperado el 13 de Noviembre de 2014, de Los 7 pasos de la planeacion estrategica:

<http://www.pymempresario.com/empresarios/los-7-pasos-de-la-planeacion-estrategica/>

Definicion. (2014). Recuperado el 14 de Noviembre de 2014, de <http://www.significados.com/calidad/>

Significados. (2014). Recuperado el 14 de Noviembre de 2014, de <http://www.significados.com/calidad/>

Smetoolkit.org. (2014). Recuperado el 12 de Noviembre de 2014, de Beneficio de la Planeacion Estrategica: <http://peru.smetoolkit.org/peru/es/content/es/2096/Beneficios-de-la-Planificaci%C3%B3n-Estrat%C3%A9gica>

Ahmed, P. K., Shepherd, C. D., Ramos Garza, L., & Ramos Garza, C. (2012). Administracion de la innovacion (1 ed.). (G. D. Chavez, Ed.) Mexico: Pearson Educacion de Mexico S.A, de C.V.

AJROTA, L. M. (27 de 12 de 2008). COMERCIO INTERNACIONAL: LA OFERTA EXPORTABLE. Recuperado el 13 de Noviembre de 2014, de Definicion de Oferta Exportable: <http://comerciointernacionalfaca.blogspot.com/2008/12/comercio-internacional-la-oferta.html>

Araque J., W. (Enero de 2012). Las PYMES y su situacion actual. Recuperado el 16 de Enero de 2015, de Universidad Andina Simon Bolivar: [http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/Las\\_PyME\\_y\\_su.pdf](http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/Las_PyME_y_su.pdf)

Benítez, M. (s.f.). UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN. Recuperado el 13 de Noviembre de 2014, de Las PYMES: <http://es.slideshare.net/mbenitezcodas/las-pymes>

Camposano Gómez, C., Espinoza González, L., & Lucín Castillo, M. (2014). Escuela Superior Politecnica del Litoral. Recuperado el 14 de 11 de 2014, de [www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D\\_Tesis\\_PDF/D-96641.pdf](http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D_Tesis_PDF/D-96641.pdf)

Concepto de Gestion. (s.f.). Recuperado el 12 de Noviembre de 2014, de Definicion.de: <http://definicion.de/gestion/>

- DeConceptos.com. (s.f.). Recuperado el 13 de 11 de 2014, de  
<http://deconceptos.com/ciencias-sociales/camara-de-comercio>
- Definicionabc. (s.f.). Recuperado el 14 de Noviembre de 2014, de Definición de Infraestructura: <http://www.definicionabc.com/general/infraestructura.php>
- Del Pozo, H. (29 de 12 de 2010). CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES, COPCI. Recuperado el 10 de Noviembre de 2014, de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/02/1-Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones-pag-37.pdf>
- Fernández, D. (03 de Mayo de 2011). Cnnexpansion. Recuperado el 12 de Noviembre de 2014, de Pyme: gestiona información como grande: <http://www.cnnexpansion.com/emprendedores/2011/05/02/pyme-gestiona-la-informacion-como-grande>
- Fiallos Ordóñez, Á. (18 de 08 de 2005). El Universo. Recuperado el 14 de Noviembre de 2014, de Comercio electrónico: Estrategias de uso para pymes: <http://www.eluniverso.com/2005/08/18/0001/1064/F2E78752C7874B4FA8FFBCB8196A7D1B.html>
- Góngora Cuevas, G. E. (s.f.). Tuobra. Recuperado el 12 de Noviembre de 2014, de [http://www.tuobra.unam.mx/publicadas/040702105342-\\_\\_191\\_Qu.html](http://www.tuobra.unam.mx/publicadas/040702105342-__191_Qu.html)
- Gonzalo. (11 de Junio de 2009). REFERENCIAS EDUCATIVAS. Recuperado el 05 de Diciembre de 2014, de MÉTODOS LÓGICOS: <http://gonzaloborjacruz.blogspot.com/2009/06/metodos-logicos.html>
- INEC. (2010). Instituto Nacional de Estadística y Censo. Recuperado el 3 de Diciembre de 2014, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- López Guzmán, M. G. (2014). Esmas. Recuperado el 14 de Noviembre, de <http://www.esmas.com/emprendedores/startups/ventajascompetitivas/489419.html>

- Luna Osorio, L. (29 de Abril de 2013). Universidad Israel. Obtenido de EL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA DEL ECUADOR Y SU EFECTO EN EL COMERCIO EXTERIOR:  
<http://bloguisrael.blogspot.com/2013/04/el-cambio-de-la-matriz-productiva-del.html>
- Mateo, W. C. (2 de Agosto de 1999). Gestión en el Tercer Milenio. Recuperado el 12 de Noviembre de 2014, de  
[http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v02\\_n3/importancia.htm](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v02_n3/importancia.htm)
- Medrano, J. (21 de 5 de 2013). Comercio Electronico y PYMES en Ecuador. Recuperado el 17 de Noviembre de 2014, de Situación actual del comercio electrónico en el Ecuador: <http://e-comerceypymesecuador.blogspot.com/2013/05/situacion-actual-del-comercio.html>
- Ministerio de Educacion . (s.f.). Recuperado el 13 de Noviembre de 2014, de Media Publicidad:  
<http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/bloque5/pag5.html>
- Movimiento Ecuador. (s.f.). Recuperado el 12 de 11 de 2014, de Objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir:  
[http://www.movimientoecuador.co.uk/senplades/PNBV\\_objetivos.php?objetivo=10](http://www.movimientoecuador.co.uk/senplades/PNBV_objetivos.php?objetivo=10)
- Orlandi, P. (s.f.). Las PYMES y su rol en el comercio internacional. (U. d. Palermo, Editor) Recuperado el 7 de Noviembre de 2014, de CEDEX (Centro de Estudio para el Desarrollo Exportador):  
[http://www.palermo.edu/cedex/pdf/pyme\\_com\\_internacionall.pdf](http://www.palermo.edu/cedex/pdf/pyme_com_internacionall.pdf)
- OSC, G. (21 de 6 de 2013). Recuperado el 9 de 1 de 2015, de ¿Qué es un plan estratégico y cómo se define uno para una organización social?:  
<http://guiaosc.org/que-es-plan-estrategico-como-se-define/>
- Punina, J. (21 de Mayo de 2013). COMERCIO ELECTRONICO Y LAS PYMES EN ECUADOR. Recuperado el 15 de Nobiembre de 2014, de

<http://comercioelectronicopymesenecuador.blogspot.com/2013/05/introduccion-el-presentetrabajo-tiene.html>

Ranguelov Youlianov, S. (Agosto de 2001). Gestipolis. Recuperado el 05 de Diciembre de 2014, de Metodología para la investigación científica en la economía y la gestión empresarial. :  
<http://www.gestipolis.com/recursos/documentos/fulldocs/eco/icseruch.htm>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013 - 2017). Plan nacional del Buen Vivir. Recuperado el 13 de Noviembre de 2014, de  
<http://www.planificacion.gob.ec/>

SEMPLADES. (2012). Transformación de la Matriz Productiva. (SEMPLADES, Ed.) Recuperado el 12 de Noviembre de 2014, de  
[http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz\\_productiva\\_WEBtodo.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf)

Silva, P. (1979). Concepto de Entevista. Recuperado el 12 de Diciembre de 2014, de  
<http://tecnologiaedu.us.es/formate/curso/modulo9/411conceptodeentrevista.htm>

SRI. (s.f.). Servicio de Rentas Internas. Recuperado el 14 de 11 de 2014, de  
<http://www.sri.gob.ec/de/32>

Thefreedictionary. (s.f.). Obtenido de  
<http://es.thefreedictionary.com/Est%C3%A1ndares>

Thompson, I. (Septiembre de 2010). Promonegocios.net. Recuperado el 12 de Diciembre de 2014, de Definicion de encuesta:  
<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.htm>

Universidad de Málaga. (9 de 12 de 2008). Infouma. Recuperado el 9 de 1 de 2015, de Universidad de Málaga:  
<http://www.infouma.uma.es/planestrategico/que.htm>

Vázquez Espinosa, J. H. (04 de Marzo de 2014). Gestipolis. Obtenido de La importancia de la planeación estratégica:  
<http://www.gestipolis.com/administracion-estrategia-2/la-importancia-de-la-planeacion-estrategica.htm>

Velásquez Mejía, K. A. (2013). Universidad Técnica de Manabí. Recuperado el 10 de 11 de 2014, de Universidad Técnica de Manabí  
<http://repositorio.utm.edu.ec/bitstream/123456789/10447/1/TESIS%20PROYECTO%20PRODUCE%20PYME%20PALABRAS%20CLAVES.pdf>

Villegas, A. C. (s.f.). CADENA DE VALOR DE PEQUEÑAS PRODUCTORAS TEXTILES DE ATUNTAQUI. Recuperado el 13 de 11 de 2014, de INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS ECUATORIANOS:  
<http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/564/1/MONOGRAF%C3%8DA%20ANITA%20CADENA.pdf>

# ANEXOS

# ANEXO 1. ENCUESTA A LAS PYMES



## UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, PROYECTO DE TESIS

El objetivo de la encuesta es conocer la situación de las PYMES Milagreñas acerca de sus factores internos y la influencia que en ellos ejerce la nueva Matriz Productiva.

**ES IMPORTANTE QUE LA INFORMACION SUMINISTRADA SEA CIERTA Y VERDADERA**

### ENCUESTA A LA PYMES DE MILAGRO ECONOMICAMENTE ACTIVA

#### 1. Nombre / Razón Social

--

#### 2. Tiempo en el mercado

--

#### 3. Numero de trabajadores

--

#### 4. Actividad

Comercio	
Servicio	
Manufactura	
Otros	

#### 5. Su nivel de conocimiento acerca de la matriz productiva y cómo esta afecta a su negocio, es:

Alto	
Medio	
Indeciso	
Bajo	
Nulo	

#### 6. ¿Cree usted que las fortalezas o factores positivos de su negocio superan a las debilidades o factores negativos que este posee?

Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Indeciso	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	

#### 7. ¿Considera usted que los cambios efectuados por el gobierno en la nueva matriz productiva (financiamiento, temas tributarios y legales, etc.) influyen en los factores internos de su negocio?

Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Indeciso	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	

#### 9. ¿Cree usted que la gestión de las PYMES mejora a través de la tecnología de la información?

Definitivamente sí	
Probablemente sí	
Indeciso	
Probablemente no	
Definitivamente no	

#### 10. ¿Implementaría procesos innovadores dentro de su negocio para poder contribuir con la matriz productiva?

Siempre	
A veces	
Indeciso	
Rara veces	
Nunca	

#### 11. ¿La administración de su PYME se efectúa en base a una planeación estratégica definida?

Siempre	
A veces	
Indeciso	
Rara veces	
Nunca	

#### 12. ¿Considera usted que la innovación se logra si se trabaja de forma planificada?

Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Indeciso	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	

#### 13. Considera usted que el nivel de calidad con que trabaja su PYME es:

Alto	
Medio	
Indeciso	
Bajo	
Nulo	

#### 15. ¿Considera usted que la tecnología de la información es fundamental para la superación de su negocio?

Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Indeciso	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	

#### 16. ¿Sus productos y/o servicios tienen las características necesarias para que sean exportados a otros países?

Definitivamente sí	
Probablemente sí	
Indeciso	
Probablemente no	
Definitivamente no	

#### 17. ¿Estaría usted dispuesto a iniciar o incrementar actividades de exportación si tuviese apoyo del gobierno?

Siempre	
A veces	
Indeciso	
Rara veces	
Nunca	

#### 18. ¿La infraestructura de su PYME le permite actualmente diversificar sus actividades y ofrecer un mejor servicio a los clientes?

Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Indeciso	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	

#### 19. Su nivel de conocimiento sobre los sistemas y opciones de financiamiento que otorga actualmente el gobierno para cumplir con lo establecido en la matriz productiva, es:

Alto	
Medio	
Indeciso	
Bajo	
Nulo	

## ANEXO 2. ENCUESTA A LOS DUEÑOS DE LAS PYMES



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO  
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,  
PROYECTO DE TESIS

La encuesta tiene como objetivo conocer la opinión de la población Milagreña en calidad de los clientes de las PYMES sobre la fortaleza y debilidades que estos negocios poseen y como influyen en la satisfacción.

**ES IMPORTANTE QUE LA INFORMACION SUMINISTRADA SEA CIERTA Y VERDADERA**

**ENCUESTA A LA POBLACIÓN DE MILAGRO ECONÓMICAMENTE ACTIVA**

**1. ¿Los productos y/o servicios que ofrecen las PYMES milagreñas pueden calificarse de calidad?**

Siempre	
A veces	
Indeciso	
Rara veces	
Nunca	

**5. ¿Considera usted que las PYMES deben fortalecerse más para consolidarse en el mercado frente a la competencia?**

Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Indeciso	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	

**9. ¿Cree usted que las PYMES milagreñas deben acceder a los financiamientos del gobierno para invertir en su infraestructura?**

Definitivamente sí	
Probablemente sí	
Indeciso	
Probablemente no	
Definitivamente no	

**2. ¿Los establecimientos donde operan las PYMES milagreñas son los más adecuados para brindar servicios satisfactorios a los clientes?**

Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Indeciso	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	

**6. ¿Cree usted que la tecnología de la Información es importante para los clientes, debido a que les permite un servicio rápido y sin necesidad de acudir al punto de venta?**

Muy importante	
Importante	
Indeciso	
Poco importante	
Nada importante	

**3. ¿Para usted, en calidad de cliente, las PYMES del cantón poseen fortalezas que superan a sus debilidades?**

Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Indeciso	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	

**7. El nivel de tecnología de la información de las PYMES milagreñas es:**

Alto	
Medio	
Indeciso	
Bajo	
Nulo	

**4. ¿Considera usted que las fortalezas de las PYMES milagreñas hacen que estas llenen sus expectativas y les permitan obtener un alto nivel de satisfacción?**

Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Indeciso	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	

**8. ¿Las PYMES milagreñas pueden catalogarse como innovadoras?**

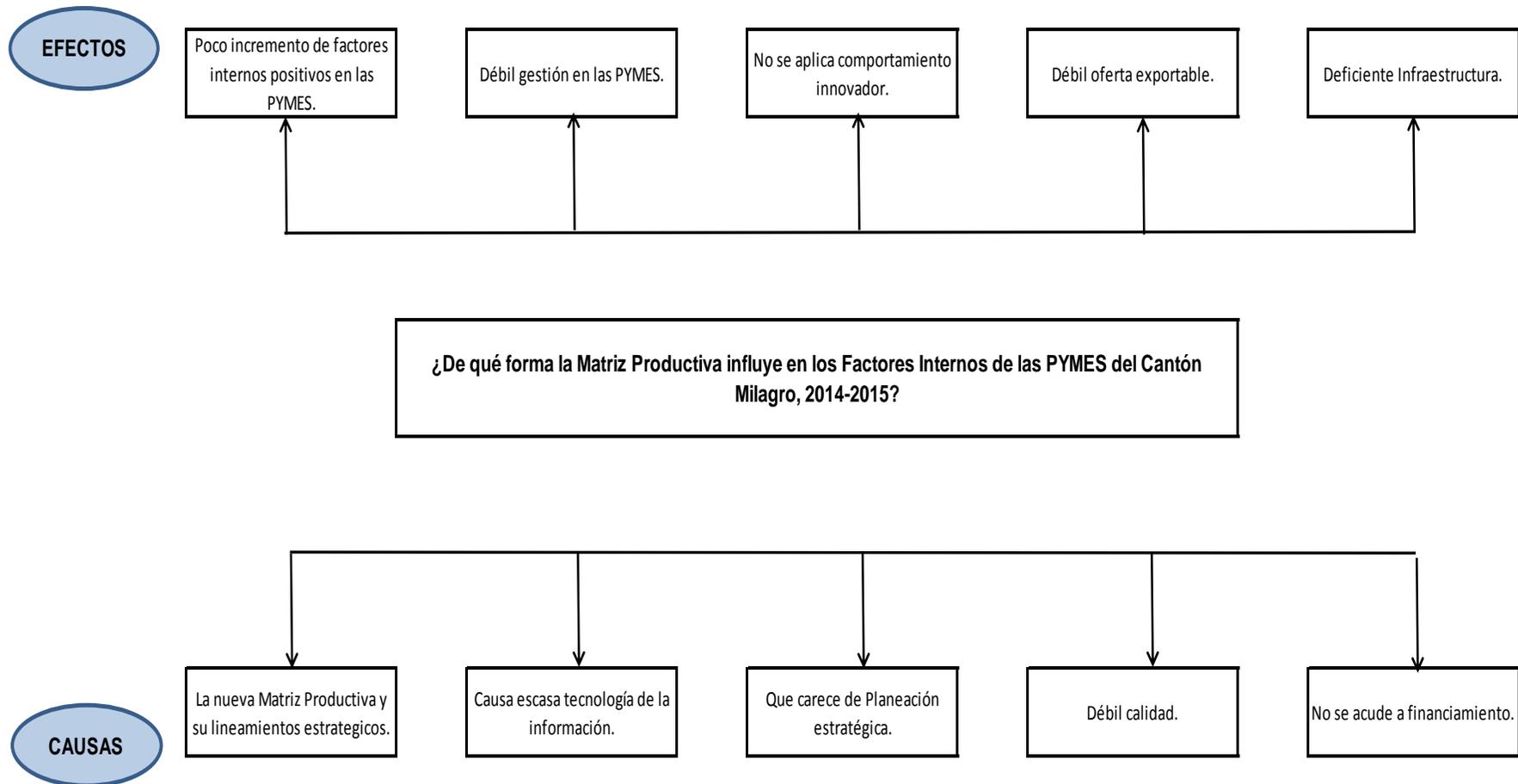
Siempre	
A veces	
Indeciso	
Rara veces	
Nunca	

### **Anexo 3. Preguntas de Entrevista**

1. ¿Qué opinión posee usted acerca de las PYMES milagreñas, específicamente sobre su situación interna?
2. ¿Cuáles son los cambios que se han generado con la nueva matriz productiva?
3. ¿Estos cambios cómo incidirán en los negocios pequeños y medianos; es decir, en las PYMES?
4. Las PYMES milagreñas serán afectadas por la nueva matriz productiva. ¿Cuáles serán estos efectos?
5. ¿Podría explicar de qué forma la nueva matriz productiva intervendrá en el factor tecnológico de las PYMES milagreñas?
6. ¿De qué forma la matriz productiva apoyará a las PYMES para que accedan a la tecnología?
7. ¿Cómo calificaría el comportamiento innovador de las PYMES, especialmente el de las milagreñas?
8. ¿La matriz productiva que actualmente rige en nuestro país cómo intervendrá en la planificación con que las PYMES desarrollen sus actividades?
9. ¿Cómo la nueva matriz productiva llevará a un comportamiento innovador por parte de las PYMES?
10. ¿En qué medida el trabajo de las PYMES en lo que respecta a calidad será afectado por la nueva matriz productiva?
11. ¿Cuál es el impulso que la nueva matriz productiva estará dando para que las PYMES ingresen a mercados extranjeros?
12. ¿En cuánto a financiamiento, qué medidas ha considerado la nueva matriz productiva para que las PYMES accedan a este tipo de apalancamiento?
13. ¿Qué espera el gobierno a través del financiamiento que se oferta a las PYMES, en este caso a las milagreñas?

## Anexo 4. Árbol de Problema

### ÁRBOL DE PROBLEMAS



## ANEXO 5. MATRIZ

PROBLEMA	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES INDEPENDIENTES	INDICADORES	TÉCNICA E INSTRUMENTO	ÍTEMS	VARIABLES DEPENDIENTES	INDICADORES	TÉCNICA - INSTRUMENTO	ÍTEMS
El desconocimiento de los propietario de la PYMES sobre la Matriz Productiva no permiten utilizarlos mecanismo que esto ofrecen para mejorar sus factores internos.	¿De qué forma la Matriz Productiva influye en los Factores Internos de las PYMES del Cantón Milagro, 2014?	Analizar la Matriz Productiva y su influencia en los Factores Internos de las PYMES del Cantón Milagro, 2014-2015, a través de un estudio investigativo que emplee técnicas e instrumentos de recolección de datos, para contribuir con el crecimiento de este sector empresarial.	La Nueva Matriz Productiva influye en los Factores Internos de las PYMES del Cantón Milagro, 2014-2015.	Matriz Productiva	Nivel de competitividad	Encuesta	Preguntas de la PYMES: 1,3 ver anexo 1. Preguntas de la entrevista: 2, 3, 4, ver anexo 3.	Factores Internos	Número de fortalezas. Número de debilidades.	Encuesta	Preguntas de las PYMES: 2 ver anexo 1, Preguntas de Los clientes: 1, 2, 3 ver anexo 2. Preguntas de la entrevista:1 ver anexo 3.
SUBPROBLEMAS	SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	VARIABLES INDEPENDIENTES	INDICADORES	TÉCNICA E INSTRUMENTO	ÍTEMS	VARIABLES DEPENDIENTES	INDICADORES	INSTRUMENTO	ÍTEMS
La tecnología de la información que posee las PYMES es mínima y esta nula en varios de estos negocios por lo tanto esto incidiendo negativamente en la gestión que se maneja detrás de estos negocios.	¿En qué medida la tecnología de la información que promueve la Matriz Productiva, incide en la gestión de las PYMES del Cantón Milagro?	Estudiar en qué medida la tecnología de la información que promueve la Matriz Productiva, incide en la gestión de las PYMES del Cantón Milagro.	La tecnología de la información que promueve la Matriz Productiva, incide en la gestión de las PYMES del Cantón Milagro, 2014-2015	Tecnología de la Información	Número de herramientas tecnológicas que poseen las PYMES milagreñas.	Encuesta	Preguntas de la PYMES: 4,5 ver anexo 1. Preguntas de Los clientes:4, 5 ver anexo 2. Preguntas de la entrevista:5, 6 ver anexo 3.	Gestión	Número de PYMES Milagreñas que emplean herramientas de gestión.	Encuesta	Preguntas de la PYMES: 6 ver anexo 1,
El nivel de innovación las PYMES del Cantón milagro es mínimo esto de debe a que carecen de conocimiento sobre planeación estratégica y la forma como la Matriz productiva extra promoviendo este tipo de gestión.	¿Cómo la planeación estratégica que exige la Matriz Productiva influye en el comportamiento innovador de las PYMES del Cantón Milagro?	Determinar cómo la planeación estratégica que exige la Matriz Productiva influye en el comportamiento innovador de las PYMES del Cantón Milagro.	La planeación estratégica que exige la Matriz Productiva influye en el comportamiento innovador de las PYMES del Cantón Milagro.	Planeación Estratégica	Numero indicado de estrategias.	Encuesta	Preguntas de la PYMES: 8, 9 ver anexo 1, Preguntas de la entrevista:8 ver anexo 3.	Comportamiento Innovador	Número de innovaciones efectuadas en el año.	Encuesta	Preguntas de la PYMES: 7 ver anexo 1. Preguntas de Los clientes: 6, 7 ver anexo 2. Preguntas de la entrevista:7,9 ver anexo 3.
La oferta exportable se ve afectada en la PYMES del Cantón Milagro por que sus productos no cuenta con la calidad requerida	¿De qué forma La calidad del producto o servicio que impulsa la Matriz Productiva, influye en la oferta exportable de las PYMES del Cantón Milagro?	Examinar de qué forma La calidad del producto o servicio que impulsa la Matriz Productiva, influye en la oferta exportable de las PYMES del Cantón Milagro.	La calidad del producto o servicio que impulsa la Matriz Productiva influye en la oferta exportable de las PYMES del Cantón Milagro.	Calidad	25% de incremento de la rentabilidad. Número de clientes de las PYMES milagreñas que declaran estar satisfechos.	Encuesta	Preguntas de la PYMES: 10, 12 ver anexo 1. Preguntas de la entrevista:10 ver anexo 3.	Oferta Exportable	Número de mercados internacionales que son atendidos por PYMES milagreñas.	Encuesta	Preguntas de la PYMES: 11, 13, 14 ver anexo 1, Preguntas de la entrevista: 11 ver anexo 3.
La infraestructura de la PYMES no son las mas adecuada por la falta de financiamiento.	¿Cómo las posibilidades de financiamiento que contempla la Matriz Productiva inciden en la infraestructura de las PYMES del Cantón Milagro?	Establecer las posibilidades de financiamiento que contempla la Matriz Productiva y su incidencia en la infraestructura de las PYMES del Cantón Milagro.	Las pocas posibilidades de financiamiento que contempla la Matriz Productiva inciden en la infraestructura de las PYMES del Cantón Milagro.	Financiamiento	Número de inversiones efectuadas. Número de préstamos bancarios.	Encuesta	Preguntas de la PYMES: 10, 17 ver anexo 1, Preguntas de Los clientes:9 ver anexo 2. Preguntas de la entrevista:12, 13 ver anexo 3.	Infraestructura	Cantidad de dinero invertido en la infraestructura de las PYMES milagreñas.	Encuesta	Preguntas de la PYMES: 15 ver anexo 1,

## ANEXO 6. Certificación



Milagro, 17 de Marzo del 2015

### CERTIFICACION

En calidad de Encargada de la Agencia "UNIVISA" Milagro, certifico que el **Sr. Washington López Cortez** y la **Srta. Stefany Cabrera Veliz**, recibió de mi parte colaboración para dar inicio a la propuesta de su tesis de grado denominada "**Análisis de la Matriz Productiva y su influencia en los Factores Internos de las PYMES del Cantón Milagro, 2014-2015**", cumpliendo así con la responsabilidad social que me caracteriza y como un aporte para el buen desarrollo de la elaboración de su tesis.

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

---

**CPA. Diana López**  
**Encargada de Agencia**

**ANEXO 7. Fotos de la encuesta**



**Entrevista con Ing. Miguel Castro SENPLADES**



**Encuesta al negocio VIDEO STAR**



Encuesta a la empresa UNIVISA



Encuesta a los clientes de las PYMES milagreñas



Encuesta a los clientes de las PYMES milagreñas



Empresa UNIVISA



Ing. Lucia Campoverde

## ANEXO 8. Análisis del URKUND



---

Document	<a href="#">CORRECCION DE LA TESIS CABRERA-LOPEZ.docx</a> (D13701101)
Submitted	2015-03-23 14:51 (-05:00)
Submitted by	xzunigas@unemi.edu.ec
Receiver	xzunigas.unemi@analysis.arkund.com
Message	<a href="#">Show full message</a>

2% of this approx. 57 pages long document consists of text present in 5 sources.