



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE ECONOMÍA

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE ECONOMISTA**

—

**TEMA: “LOS INCENTIVOS GUBERNAMENTALES Y SU INCIDENCIA
EN LA CAPACIDAD COMPETITIVA DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS
EMPRESAS DE LA REGIÓN ADMINISTRATIVA 3 DEL ECUADOR”**

—

AUTOR: DAVID SEBASTIÁN TIXILEMA FUENTES.

TUTOR: ECO. WASHINGTON ROMERO

AMBATO- ECUADOR

2015

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, **ECO. WASHINGTON ROMERO**, en mi calidad de Tutor del Trabajo de investigación sobre el tema “**LOS INCENTIVOS GUBERNAMENTALES Y SU INCIDENCIA EN LA CAPACIDAD COMPETITIVA DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DE LA REGIÓN ADMINISTRATIVA 3 DEL ECUADOR**” desarrollado por el Sr. **DAVID SEBASTIÁN TIXILEMA FUENTES**, estudiante de la Carrera de Economía, considero que dicho Trabajo de investigación reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, modalidad Tesis de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por la Comisión Calificadora designada por el H. Consejo Directivo.

Ambato, Mayo del 2015

EL TUTOR


ECO. WASHINGTON ROMERO

AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Yo, **DAVID SEBASTIÁN TIXILEMA FUENTES**, con C.I. # **180463791-4** tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el trabajo de investigación: **“LOS INCENTIVOS GUBERNAMENTALES Y SU INCIDENCIA EN LA CAPACIDAD COMPETITIVA DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DE LA REGIÓN ADMINISTRATIVA 3 DEL ECUADOR”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este trabajo de investigación y el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad Técnica de Ambato; por lo que autorizo a la biblioteca de la Facultad de Contabilidad y Auditoría para que haga de esta tesis un documento disponible para su lectura y publicación según las Normas de la Universidad.

Ambato, Mayo del 2015

El AUTOR



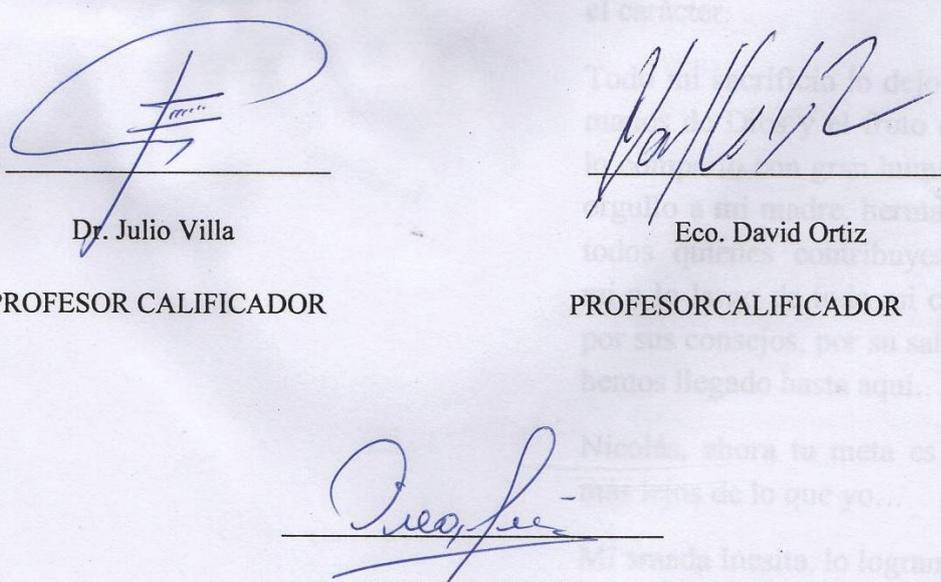
DAVID SEBASTIÁN TIXILEMA FUENTES

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Trabajo de Investigación, sobre el tema: **“LOS INCENTIVOS GUBERNAMENTALES Y SU INCIDENCIA EN LA CAPACIDAD COMPETITIVA DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DE LA REGIÓN ADMINISTRATIVA 3 DEL ECUADOR”**, desarrollado por **DAVID SEBASTIÁN TIXILEMA FUENTES**, estudiante en la Carrera de Economía, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Mayo del 2015

Para constancia firman



Dr. Julio Villa
PROFESOR CALIFICADOR

Eco. David Ortiz
PROFESOR CALIFICADOR

Eco. Diego Proaño
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

Dentro del camino del éxito existen personas y situaciones que ayudan a forjar el espíritu y el carácter.

Todo mi sacrificio lo dejo en las manos de Dios y el fruto de ello lo comparto con gran humildad y orgullo a mi madre, hermano y a todos quienes contribuyeron en mi a lo largo de toda mi carrera, por sus consejos, por su sabiduría hemos llegado hasta aquí....

Nicolás, ahora tu meta es llegar más lejos de lo que yo...

Mi amada Inesita, lo logramos....

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, al esfuerzo constante de mi madre, a las personas que he podido conocer en mi camino y que han dejado huella en mí, a mi Tutor Econ. Washington Romero mi profunda gratitud por guiarme al éxito y a todos quienes hicieron posible la culminación de mi Tesis.

Gracias porque lo hemos logrado.

TABLA DE CONTENIDOS

PÁGINAS PRELIMINARES

APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN EJECUTIVO	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	2
EL PROBLEMA	2
1.1. Tema	2
1.2. Planteamiento del Problema	2
1.2.1. Contextualización	2
1.2.2. Análisis Crítico	8
1.2.3. Prognosis	10
1.2.4. Formulación del Problema	10
1.2.5. Interrogantes	11
1.2.6. Delimitación del Objeto de Investigación	11
1.3. Justificación	11
1.4. Objetivos	12
1.4.1. Objetivo General	12
1.4.2. Objetivos Específicos	13
CAPITULO II	14
MARCO TEORICO	14
2.1. Antecedentes Investigativos	14
2.2. Fundamentación Filosófica	18
2.2.1. Fundamentación Epistemológica	19
2.2.2. Fundamentación Ontológica	19
2.2.3. Fundamentación Axiológica	20
2.3. Fundamentación Legal	20
2.4. Categorías Fundamentales	25
2.4.1. Constelación de Ideas de la Variable Independiente	26

2.4.1. Constelación de Ideas de la Variable Dependiente.	27
2.4.1. Descripción Conceptual de la Variable Independiente.	28
2.4.2. Descripción Conceptual de la Variable Dependiente.	33
2.5. Hipótesis.	43
2.5.1. Formulación del Problema.	43
2.5.2. Hipótesis.	43
2.6. Señalamiento de las Variables.	43
2.6.1. Variable Independiente:	43
2.6.2. Variable Dependiente:	43
CAPÍTULO III.	44
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	44
3.1. Enfoque De La Investigación.	44
3.2. Nivel O Tipo De La Investigación.	45
3.3. Población y Muestra.	46
3.3.1 Población.	46
3.3.2. Muestra.	46
3.4. Operacionalización De Las Variables.	48
3.4.1. Operacionalización de la Variable Independiente - Incentivos Gubernamentales.	48
3.4.2. Operacionalización de la variable Dependiente - Competitividad.	49
3.6. Plan De Recolección De Información.	50
3.7. Plan De Procesamiento De La Información.	51
CAPÍTULO IV.	52
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.	52
4.1. Análisis de los Resultados.	52
4.2. Interpretación de datos.	73
4.3. Verificación de la Hipótesis.	74
4.3.1. Planteo de Hipótesis.	74
4.3.2. Regla de Decisión.	75
4.3.3. Cruce de Variables.	76

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones.	80
5.2. Recomendaciones.	81

CAPÍTULO VI
LA PROPUESTA

6.1. DATOS INFORMATIVOS	83
6.2. Antecedentes.	84
6.3. Justificación.	86
6.4. Objetivos.	87
6.5. Análisis de Factibilidad.	87
6.5.1. Económica.	87
6.5.2. Política y Legal.	88
6.6. Fundamentación científico-técnica.	90
6.6.1. Pymes	90
6.6.2. Clasificación general de las Pymes	91
6.6.3. Estructura Organizativa de las Pymes.	91
6.6.4. Tipos de Financiamiento.	93
6.6.5. Proceso para obtener un financiamiento.	94
6.6.6. Marco Legal de las Pymes.	95
6.7. Metodología: Modelo Operativo.	97
6.7.1. Etapa de Implementación.	98
6.7.2. Etapa de Identificación y Selección.	126
6.7.3. Ejecución.	127
6.8. Administración.	134
6.9. Previsión de la Evaluación	136
6.9.1. Implementación.	137
6.9.2. Identificación y Selección	138
6.9.3. Ejecución.	138
Bibliografía	139

TABLA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Árbol de Problemas.....	8
Gráfico 2. Sectores Estratégicos.	22
Gráfico 3. Industrias Estratégicas.	23
Gráfico 4. Categorías Fundamentales.	25
Gráfico 5. Constelación de Ideas. Variable Independiente.	26
Gráfico 6. Constelación de Ideas. Variable Dependiente.	27
Gráfico 7. Niveles de Competitividad.....	40
Gráfico 8. Estadístico de la Región Administrativa 3.....	52
Gráfico 9. Estadístico de Tipo de Empresa.....	53
Gráfico 10. Estadístico de Sector Empresarial.....	54
Gráfico 11. Estadístico Pregunta 1.....	55
Gráfico 12. Estadístico Pregunta 2.....	57
Gráfico 13. Estadístico Pregunta 3.....	59
Gráfico 14. Estadístico Pregunta 4.....	61
Gráfico 15. Estadístico Pregunta 5.....	63
Gráfico 16. Estadístico Pregunta 6.....	65
Gráfico 17. Estadístico pregunta 7.....	67
Gráfico 18. Estadístico Pregunta 8.....	69
Gráfico 19. Estadístico Pregunta 9.....	70
Gráfico 20. Estadístico Pregunta 10.....	72
Gráfico 21. Estadístico del Chi Cuadrado. (Campana de Gauss)	79
Gráfico 22. Clasificación de las Pymes.....	91
Gráfico 23. Estructura Organizacional de las Pymes.....	93
Gráfico 24. Tipos de Financiamientos.	93
Gráfico 25. Proceso para obtener un Financiamiento.	94
Gráfico 26. Diseño Organizacional.....	107
Gráfico 27. Diseño Estratégico	127
Gráfico 28. Balanced Score Card.....	131
Gráfico 29. Implementación de un BSC en una Pyme.....	133
Gráfico 30. Organigrama Administrativo de la Propuesta.....	135

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población a estudiar de la Región 3.....	46
Tabla 2. Muestra a estudiar de la Región 3.	47
Tabla 3. Operacionalización de la Variable Independiente.	48
Tabla 4. Operacionalización de la Variable Dependiente.	49
Tabla 5. Plan de recolección de información.....	50
Tabla 6. Frecuencia- Región Administrativa 3.....	52
Tabla 7. Frecuencia de Tipo de Empresa	53
Tabla 8. Frecuencia de Sector Empresarial.	54
Tabla 9. Frecuencia Pregunta 1	55
Tabla 10. Frecuencia Pregunta 2	57
Tabla 11. Frecuencia Pregunta 3	59
Tabla 12. Frecuencia Pregunta 4.	61
Tabla 13. Frecuencia Pregunta 5.	63
Tabla 14. Frecuencia Pregunta 6.	65
Tabla 15. Frecuencia Pregunta 7.	67
Tabla 16. Frecuencia Pregunta 8.	69
Tabla 17. Frecuencia Pregunta 9.	70
Tabla 18. Frecuencia Pregunta 10.	72
Tabla 19. Interrogantes de las Variables	76
Tabla 20. Ponderación de Variables.....	77
Tabla 21. Cálculo del Chi Cuadrado.	78
Tabla 22. Matriz de Modelo Operativo.	97
Tabla 23. Evaluación Presupuestaria.....	102
Tabla 24. Tabla de Aportación de los Socios	106
Tabla 25. Porcentaje de Utilidades.....	106
Tabla 26. Previsión de la Evaluación.	136

RESUMEN EJECUTIVO

En el Ecuador encontramos varias regiones administrativas, mismas que al crearse sirvieron para la descentralización y desconcentración de funciones gubernamentales, sin embargo la división administrativa es un enfoque determinante para el desarrollo nacional.

Con lo que respecta a la Región Administrativa 3 del Ecuador, conformada por las provincias de Cotopaxi, Chimborazo, Tungurahua y Pastaza, se encuentra ubicada en un espacio geográficamente comercial, debido a que se sitúa en el centro del país.

Como actividades económicas más representativas encontramos a las industrias de Calzado, Alimentos procesados, Servicios y Metalmecánica, industrias en la cual operan varias pequeñas y medianas empresas.

La región de estudio es considerada de alto nivel competitivo debido a que además de la posición geografía, en esta operan industrias de suma importancia económica, sin embargo, son muy pocas las empresas que realmente son representativas a nivel competitivo.

La necesidad de las pequeñas y medianas empresas de poder surgir con sus ideas de negocio, apoyadas de políticas gubernamentales acordes a su realidad, han hecho cada vez más compleja la tarea de la supervivencia de un negocio.

El presente proyecto está enfocado en determinar la incidencia de los incentivos gubernamentales en el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas, que a pesar de que cuentan con apoyos gubernamentales para su creación, no cuentan con garantías para su desarrollo.

INTRODUCCIÓN

El Ecuador ha dado paso a un nuevo actor económico dentro de lo que dicta la ley de economía popular y solidaria, en la que busca incluir a las Pymes como nuevos protagonistas del crecimiento sostenible económico del país.

Es por eso que la presente investigación se realizará un estudio sobre “LOS INCENTIVOS GUBERNAMENTALES Y SU INCIDENCIA EN LA CAPACIDAD COMPETITIVA DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DE LA REGIÓN ADMINISTRATIVA 3 DEL ECUADOR”, misma que se estructura de la siguiente manera:

Capítulo Primero: Contiene una amplia investigación que en base a estudios anteriores y conocimientos del autor explican la situación a nivel nacional y regional de la competitividad y del apoyo gubernamental.

Capítulo Segundo: Abarca el análisis de los antecedentes investigativos, los cuales han sido abarcados por diferentes autores, haciendo alusión a temas referentes al tema de estudio a tratar.

Capítulo Tercero: Se detalla la modalidad de la investigación bibliográfica y de campo, población y muestra de las empresas que han participado en el análisis y la Operacionalización de las variables, de donde se obtendrán los criterios y conocimientos que servirán como pautas para el avance de la investigación.

Capítulo Cuarto: Contienen los análisis e interpretación de los resultados obtenidos al realizar la tabulación de encuestas, mismas aplicadas a las Pymes dentro de la investigación de campo.

Capítulo Quinto: Detalla conclusiones y recomendaciones para las Pymes y su organización a nivel regional.

Capítulo Sexto: Planteo de una propuesta para poder mejorar la competitividad de las Pymes de la región, teniendo como involucrados a organismos gubernamentales y políticas que contribuyan a la realización del proyecto.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1. Tema.

“LOS INCENTIVOS GUBERNAMENTALES Y SU INCIDENCIA EN LA CAPACIDAD COMPETITIVA DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DE LA REGION ADMINISTRATIVA 3 DEL ECUADOR”.

1.2. Planteamiento del Problema.

1.2.1. Contextualización.

1.2.1.1. Macro contextualización.

En las últimas décadas, se ha posicionado un nuevo ente productivo, mismo que se ha convertido en uno de los pilares fundamentales y necesarios para cada economía.

Según el diario El Comercio (2014): “Son más de cuatro millones y constituyen el 90% de las unidades productivas pero aportan sólo el 13% del total de las exportaciones: las PyMes de Latinoamérica”

Según Solis & Angelell (2002): “Las pequeñas y medianas empresas tienen una importante contribución en el crecimiento económico, la competitividad, la innovación y la creación de empleo de los países de la región de América Latina y Caribe”, por lo que se han convertido en una herramienta fundamental para el desarrollo. Por lo tanto, varios países han implementado programas, regulaciones políticas y económicas para poder fomentar el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas, basándose en aspectos clave de competitividad como los son la tecnología y mejora de los procesos de producción.

Además de los gobiernos, entidades financieras han apostado por el futuro de este tipo de empresas, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) ha venido jugando un importante papel en el intercambio de experiencias, información y conocimiento sobre las políticas de pequeña y mediana empresa implementando y fomentando varias estrategias para la correcta administración de las mismas y analizar las posibles tendencias del desarrollo comercial y empresarial. (Solis & Angelelli, 2002)

Además, Solís & Angelelli (2002): “El tamaño de las organizaciones de apoyo a la PyMe, medido a partir de la planta de personal o del presupuesto anual, sólo ha sido posible determinar en unos pocos casos”, por lo que es importante mantener una institución sólida que se encargue de crear políticas de apoyo para este sector.

Dentro de los determinantes para el progreso de las PyMes se encuentran la inversión y el acceso al financiamiento. Para Cohen & Baralla (2012): “Independientemente del país que se analice, en general las PyMe tienen un menor acceso al crédito bancario que las empresas grandes”. Parafraseando al presidente de la Asociación Empresarial para América Latina, Bodo Liesenfeld, quien sostiene que esto sucede porque a la región se la toma como un mercado capaz de producir solamente productos agrícolas y no como una región que toma en cuenta a la ciencia, tecnología y desarrollo.

En uno de los principios básicos de economía se manifiesta que la gente responde rápidamente a incentivos, generalmente esto sucede cuando se trata de empresarios y los estímulos son de parte del gobierno, ya que depende de las medidas de política económica que se tomen en un sector productivo tendrán repercusión tanto en la competitividad del mismo así como en la de sectores productivos complementarios.

Según Zaitat (2011) “los gobiernos deberían tomar en cuenta en sus medidas el papel fundamental que desempeñan los incentivos en la determinación de la conducta de los agentes económicos”. Mismos que pueden ser canalizados hacia la productividad y expansión de sectores económicos estratégicos, fomentando a la inversión en nuevos proyectos, o a su vez en proyectos ya establecidos.

Es menester que los gobiernos impulsen continuamente el proceso de desarrollo de un sector económico tan importante como este, empezando por regular el principal factor para la creación y desarrollo de una empresa que es la inversión.

En base a informes y estudios realizados por la CEPAL, se llega a la conclusión de que el nivel de inversiones desde la década de los 90`s está por debajo del nivel de inversiones en comparación a las demás regiones económicas del mundo. A pesar

de ello, a partir de esta década se comienzan a recuperar las tasas de inversión debido a la privatización de empresas y el incremento de zonas francas de la región.

En este crecimiento de los últimos años, la inversión ha sido el factor de demanda más dinámico en la mayoría de los países de la región. Sin embargo, todavía no ha alcanzado los niveles registrados antes de la crisis de la deuda y diversos estudios han enfatizado que su nivel es aún insuficiente para asegurar un crecimiento sostenible. Es por ello que resulta relevante analizar las diferentes formas que tiene la política pública para incentivar una mayor tasa de inversión. (CEPAL, Jimenez, & Podestá, 2009, pág. 7).

Por otro lado, la CEPAL hace mención a Gómez Sabaini, al referirse a los incentivos tributarios como una estrategia de desarrollo que se inició en los años 50`s, de lo que se concluye:

Allí se enfatiza que son parte del conjunto de instrumentos de política económica implementados por los países tanto desarrollados como en desarrollo y uno de los aspectos tributarios que han seguido concentrando la atención más allá del cambio de escenario económico mundial y de las sucesivas reformas fiscales. (CEPAL, Jimenez, & Podestá, 2009, pág. 15).

1.2.1.2. Meso Contextualización.

En el Ecuador, las PyMes forman parte importante dentro de la economía, puesto que además de generar diversas fuentes de empleo, contribuyen a la productividad, la diversificación de productos en los mercados nacionales e internacionales y son un aporte para el crecimiento económico del país.

Según la revista Ekos & la Unidad de Investigación Económica y de Mercado (2013) “la actividad de las Pymes es de gran relevancia en la economía ecuatoriana, y eso se comprueba considerando que en el país existen más de 16 mil de estas organizaciones.”.

Además, se afirma según las publicaciones realizadas por Ekos & la Unidad de Investigación Económica y de Mercado (2013, pág. 144): “Dentro de su totalidad, las PyMes se componen en varios sectores económicos, como es el agropecuario,

de transporte, de construcción, de manufactura (10,8%), de servicios (15,7%) y de comercio (36,3%) entre los más importantes”.

Es fundamental el poder tener un panorama acerca del progreso de las PyMes en el Ecuador, puesto que aquí se concentra un pilar clave para la productividad y el comercio del país.

El desempeño de la economía en su conjunto incide de manera directa en los resultados de estas empresas, no obstante, los desafíos de las Pymes siguen siendo muy importantes y también afectan los ingresos. De esta manera, la necesidad de inversión y acceso al crédito siguen siendo fundamentales. (Ekos & UIEM, 2013, pág. 144).

En los últimos años, el sector de las PyMes ha sido explotado y abarcado por empresarios de todo tipo, sean éstos especializados en industria o en manufactura, se ven en la necesidad de contar con un capital para llevar a cabo la idea de negocio. Si bien es cierto, el gobierno ha brindado un apoyo muy importante para la creación de incentivos en cuanto a la implementación de políticas tributarias y financiamiento para poner en marcha una empresa pero no para su sobrevivencia y competitividad dentro de los mercados.

Muchas Pymes del país han tenido que cesar labores debido a la problemática de la sostenibilidad, factor que es muy poco asequible debido a posibles determinantes como la incipiente tecnificación en procesos, fuentes de financiamiento o falta de garantías por parte de organismos gubernamentales. Es posible que se cumpla una a todas las opciones. Dentro del país se han implantado varias leyes que regulan el desenvolvimiento de las Pymes, pero no es totalmente alentador para contribuir en el mantenimiento y desarrollo de una Pymes en el mercado a través del tiempo.

Según Pontón (2013):“Si nos ponemos a analizar los incentivos tributarios en su integridad, podemos observar que la mayoría de éstos está destinada hacia grandes inversiones y emprendimientos de proyectos productivos a gran escala, sobre todo en los sectores estratégicos del país”, por lo que afirma que los incentivos gubernamentales no están enfocados en las Pymes, ya que el hacerlo representaría un coste mayor que el que representarían las grandes inversiones por parte de las grandes

empresas, sin tener en cuenta las proyecciones de mercado que cada una conlleva y la innovación con la que cuentan sus ideas de negocio.

1.2.1.3. Contextualización Micro.

Desde el año 2009, el gobierno central en base a los proyectos de descentralización y desconcentración, propuso la división del país en zonas administrativas para así optimizar el manejo político y económico del país. El objetivo principal fue el poder facilitar y agilizar los procesos gubernamentales que en un inicio solo se podían realizar en las capitales del país conocidas como las ciudades de Quito y Guayaquil. Consecuentemente, la creación de regiones tiene como finalidad el poder fortalecer las relaciones comerciales para formar una integración para el desarrollo.

Según el proyecto de planificación regional propuesto por la SENPLADES (2012): “La gestión pública promoverá la integración interterritorial e intersocietal, garantizando el carácter unitario del Estado y asegurando el desarrollo equilibrado y equitativo de los territorios”.

La Región de planificación 3 – Centro, es la más extensa del país, integrada por las provincias de Cotopaxi, Chimborazo, Pastaza y Tungurahua, conformada por 30 cantones y 139 parroquias rurales distribuidas en un área de 248.096 km², correspondiente al 18,10% del territorio ecuatoriano. Posee una población de 1'446.488 habitantes lo que representa el 10,50% de la totalidad nacional, concentrándose el 53% de ella en la zona rural. Los pueblos indígenas representan el 22% de la población total. El NBI en la región es de 67,6%, superior al valor nacional (61,3%), ubicándose especialmente en las zonas rurales. (SENPLADES, 2012).

Con lo que respecta a la región administrativa 3, conformada por las provincias de Chimborazo, Cotopaxi, Tungurahua y Pastaza, dentro de los sectores productivos se encuentran: el sector calzado, de alimentos, de hotelería, de metalmecánica, de servicios entre los más importantes, en los cuales se albergan la mayor parte de empresas y son el motor comercial del mismo.

Según estudios de la SENPLADES (2012): “Esta región posee una ubicación geográfica estratégica, siendo el paso obligado entre la sierra y la Amazonía, con una vocación productiva, agrícola, manufacturera y de servicios; se está convirtiendo en centro de acopio agrícola del país y un importante nodo comercial de nivel nacional”.

Las principales actividades económicas en la región están relacionadas con la producción agropecuaria (sector primario), con el 24% del territorio regional, y el 44% de la población económicamente activa (PEA) y una contribución del 13% al Producto Interno Bruto (PIB); contrastando con la producción manufacturera (sector secundario) donde la participación de la PEA es del 12% pero su aporte al PIB asciende al 23%. El sector terciario (servicios) se encuentra representado por el comercio (13% del PIB y PEA) y el transporte (11% del PIB y 4% de PEA). (SENPLADES, 2012).

Dentro de la región, existen varias potencialidades de comercio, ya que la comunicación tanto geográfica como vial, se han convertido en una gran fortaleza para el desarrollo de mercados. Para la SENPLADES (2012):”La producción manufacturera de pequeñas y medianas industrias textiles, cuero y calzado, metalmecánica y alimentos procesados principalmente, además de una gran variedad de artesanías propias de cada zona se constituyen también en una fortaleza”, lo que señala el potencial competitivo de la región en base a los sectores estratégicos que posee.

1.2.2. Análisis Crítico.

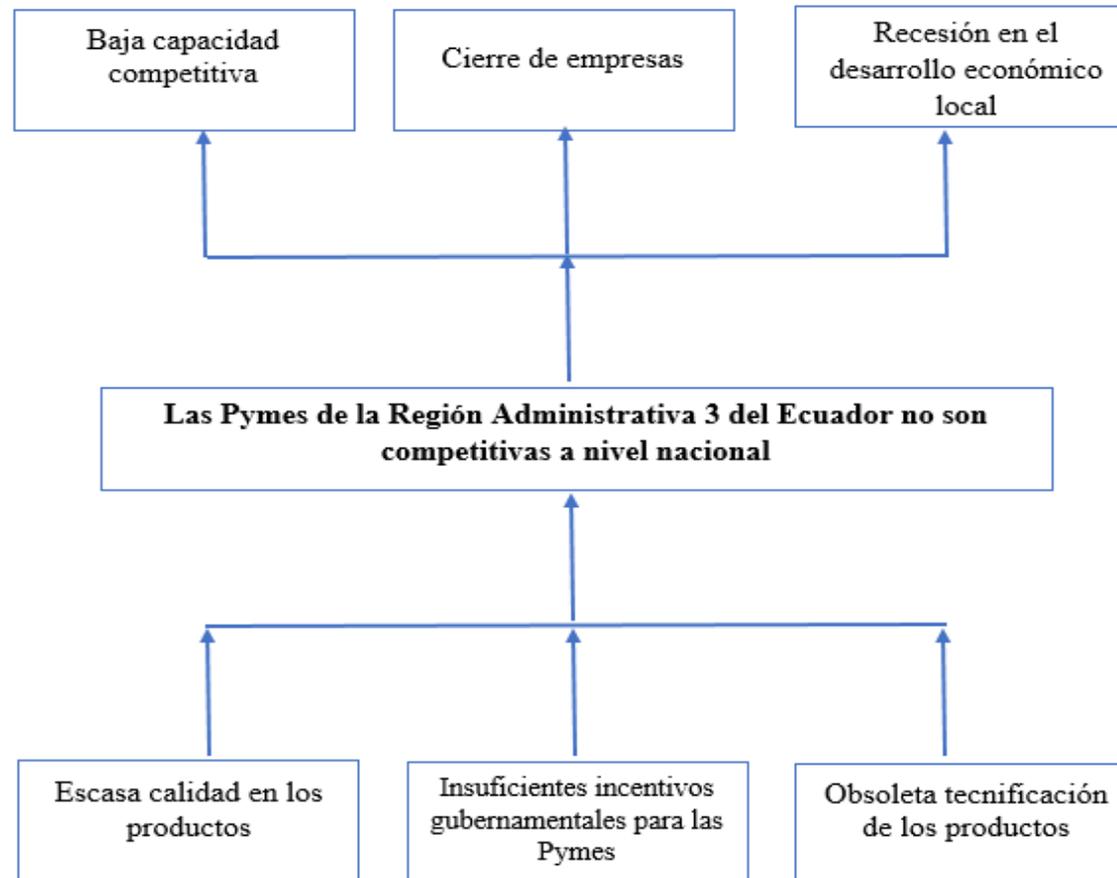


Gráfico 1. Árbol de Problemas.
Elaborado por: Tixilema S. (2015)

Actualmente la competitividad se fortalece, exigiendo a mercados y empresas la constante actualización de procesos para poder así cumplir con los demandantes, por lo cual, se necesita evaluar el nivel de preparación de cada empresa para poder considerarla competitiva dentro de un mercado.

Hablar de calidad hoy en día, es redundar al momento de ofertar un producto o servicio, debido a que si se comercializa un producto terminado, sea cual fuere, debería mantener parámetros altos de calidad, sin embargo, es necesario analizar los componentes que determinen el valor de lo que se ofertan, teniendo en cuenta que el término “calidad” no hace referencia a precios altos o productos lujosos, sino que hace énfasis a la capacidad del producto para satisfacer las necesidades de los demandantes a través del tiempo.

Hablar sobre la calidad de un determinado producto en la ciudad no es tan redundante, debido a que son pocas las empresas que han podido tener un espacio a nivel nacional e internacional, sin embargo en la actualidad todavía persisten empresas que no pueden desarrollar productos de calidad, principalmente a esto se le atribuye la falta de tecnificación en los procesos de planificación, adquisición de materia prima, producción, comercialización y distribución de productos finales.

Mientras que el gobierno fomenta la creación de nuevas empresas mediante programas, cada vez más las empresas tienden a morir en el intento de llegar a progresar.

El apoyo gubernamental es primordial al momento de poder crear y mantener una empresa, mismo que se ve algo perjudicado debido a los numerosos requisitos y garantías que se deben presentar para obtener un permiso, lo que genera una reacción de recesión en cadena.

En el caso de las Pymes establecidas, puesto que sin los incentivos adecuados, puede llegar a cerrar debido a falta de garantías por parte de los mercados y los consumidores:

Con todo, las Pymes tienen un grave problema aún, y es que no han podido desarrollarse, a diferencia de las grandes empresas

nacionales, por su insuficiente capacidad competitiva, en vista de que muchas de ellas no han podido innovar ni adquirir la tecnología suficiente para mejorar sus procesos productivos, pues no han recibido apoyo suficiente para realizar inversión en equipamiento e infraestructura que les permita ser eficientes y competitivas y poder acceder a nuevos mercados en pro de su fortalecimiento económico. (Pontón, 2013).

1.2.3. Prognosis.

Dentro de los principales efectos a futuro que se puede llegar a presentar es el cierre intempestivo de empresas debido a la falta de tecnificación en procesos y la abrumadora competencia de los mercados internacionales, dando como resultado una recesión económica nivel del cantón, la provincia, la región y el país, debido a que el principal motor de la economía de la ciudad son las Pymes que en ella operan.

A largo plazo, de mantenerse una problemática de esta magnitud, los recursos que la ciudad tiene para poder explotarlos se perderían, sectores importantes y dinámicos como el turismo y la producción de calzado y metalurgia disminuirían totalmente provocando una decaída en el nivel de inversores en la ciudad. Al no contar con grandes inversiones en futuros proyectos, los mercados complementarios también llegarían a verse afectados, es decir, se generaría un efecto domino en el cual Pymes que provean y sean provistos de materia prima podrían llegar a cesar sus labores, generando inconvenientes para la redistribución del ingreso de la ciudad, la dinámica productiva no respondería a los principios actuales de llegar a una economía sustentable.

1.2.4. Formulación del Problema.

¿Cómo inciden los incentivos gubernamentales en la capacidad competitiva de las Pymes de Región Administrativa 3 del Ecuador?

- **Variable Independiente (Causa):** Incentivos Gubernamentales.
- **Variable Dependiente (Efecto):** Capacidad Competitiva.

1.2.5. Interrogantes.

- ¿Los incentivos contribuyen favorablemente para la creación y sostenimiento de las Pymes?
- ¿Se han analizado las ventajas competitivas de cada sector y empresa para elaborar un adecuado plan de acción?
- ¿Qué alternativa de solución es la adecuada para poder impulsar el desenvolvimiento sostenible en las Pymes de la Región?

1.2.6. Delimitación del Objeto de Investigación.

Campo: Economía

Área: Microeconomía

Aspecto: Productividad

Espacial: El presente trabajo investigativo se lo llevará a cabo en las provincias que forman parte de la región administrativa 3 del Ecuador, comprendidas entre: Chimborazo, Cotopaxi, Tungurahua y Pastaza.

Temporal: La investigación se realizará desde el año 2014.

Poblacional: Dirigentes y trabajadores de las PyMes de la región administrativa 3 del Ecuador, Superintendencia de Compañías, Cámara de la Pequeña Industria de Tungurahua, Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).

1.3. Justificación.

Debido a que actualmente las pequeñas y medianas empresas son el auge del comercio nacional, la presente investigación será de gran apoyo para poder tomar las precauciones debidas con respecto a cómo poder aprovechar los incentivos gubernamentales y poder desarrollar de mejor forma las ventajas competitivas de cada una de las empresas en el sector o mercado en el que se desarrollen. Debido al gran número de pequeños y medianos empresarios, es de fundamental importancia investigar la problemática de la competitividad a nivel regional, nacional e

internacional, para poder llevar productos a niveles de competitividad altos y así permitir que la región sea una de las económicamente más importantes del Ecuador.

Cabe en esta parte tomar la idea que plantea el reconocido estratega Michael Porter al decir que el conjunto de empresas competitivas puede generar una reacción en cadena, expandiéndose a niveles internacionales, generando así mejor calidad de vida, por lo que es imprescindible comenzar a realizar estudios desde ciudades y cantones para así poder tener una visión más extensa acerca del tema.

En lo que respecta a la factibilidad de la investigación, los recursos son accesibles, puesto que para la recolección de información, se deberá viajar a cada uno de los puntos de la región de estudio, por lo que la disponibilidad de tiempo sería inmediata, así como los recursos económicos para realizar el proyecto. Finalmente, lo que concierne a la recolección de información, dentro de las instituciones y páginas electrónicas de las diferentes instituciones y los testimonios de dirigentes y trabajadores de las diferentes PyMes se podrá obtener la información necesaria para el análisis.

Los beneficios que traerá la investigación es dar conocimiento a quienes se involucren con las pequeñas y medianas empresas de la región, para que puedan incrementar los niveles de desarrollo en base a los incentivos que el gobierno propone y por consiguiente mejorar la calidad de vida de la misma, además de poder crear y capacitar a las empresas para que puedan mejorar su producto final, convirtiéndose en participantes de mercados a nivel nacional e internacional.

1.4. Objetivos.

1.4.1. Objetivo General.

Analizar el impacto que tienen los incentivos gubernamentales en las PyMes y su incidencia en la insuficiente capacidad competitiva de la región administrativa 3 del Ecuador.

1.4.2. Objetivos Específicos.

- Evaluar las potenciales ventajas competitivas de las Pymes.
- Determinar el beneficio de los incentivos gubernamentales en las PyMes de la región.
- Proponer la creación de un centro de servicios empresariales para el desarrollo de las Pymes

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes Investigativos.

Una empresa, sea pequeña o mediana, se crea gracias a una idea de negocio, la cual se consolida producto de un financiamiento debidamente planificado para poder competir en el mercado. Anticipadamente se debe realizar una mesurada y esporádica planificación de mercados para poder analizar la factibilidad y la respuesta que se obtendrá. Si bien es cierto, como menciona Gómez (2008):”La subsistencia y eficaz funcionamiento de toda organización depende de su capacidad para detectar los cambios oportunamente y de su flexibilidad para reaccionar ante ellos en forma apropiada, a través de las adecuaciones de sus estrategias y objetivos e incluso de sus estructuras”. También es muy importante el escenario en el cual va a desarrollarse la misma, analizando las condiciones del sector, provincia y región, además de analizar las condiciones se encuentra el país, para poder tener en cuenta el nivel de riesgo al que se enfrenta la empresa establecida.

En el trabajo investigativo de Guerrero (2007) denominado “Análisis comparativo de las pequeñas y medianas empresas agroindustriales en Venezuela y Colombia, se planteó como objetivos: a) Analizar las perspectivas de las pequeñas y medianas empresas agroindustriales de Venezuela y Colombia frente a la globalización; b) Explorar las semejanzas y divergencias en relación con el marco legal vigente que regula a las pequeñas y medianas empresas tanto en Venezuela como en Colombia; c) Identificar los organismos e instituciones gubernamentales que prestan asesoría y apoyo a las pequeñas y medianas empresas del sector agroindustrial en ambos países; d) Determinar los incentivos fiscales dirigidos a las pequeñas y medianas empresas en Venezuela y Colombia; e) Caracterizar el entorno económico en el que deben desenvolverse este tipo de empresas, así como las limitaciones que enfrentan dentro del país de su domicilio; f) Examinar las estrategias adoptadas o susceptibles de adopción por parte de los micros, pequeños y medianos empresarios agroindustriales para enfrentar las nuevas condiciones del mercado. El trabajo investigativo se desarrolló con un estudio de carácter transaccional mediante una

profunda investigación bibliográfica y de campo, utilizando como instrumento un cuestionario aplicado a 10 elementos de observación. Una vez que los datos han sido debidamente procesados, la autora llegó, entre otras a las siguientes conclusiones: a) La globalización se refiere a un conjunto de ideas centradas en la intensificación de mercados, inserta en el marco de políticas de desregulación, liberalización y privatización; b) Un estudio bibliográfico y de campo basado en las opiniones de los investigadores, expertos y de empresarios ligados al sector de las Pymes agroindustriales realizado en la zona, ha revelado que la localización de las diferentes empresas, representa una oportunidad de beneficio para ellas, en concordancia con el objetivo principal que tiene el desarrollo de las zonas de integración fronteriza. Sin embargo, la mayoría de estas organizaciones parece no haberse desarrollado y estar preparadas para afrontar la mayor competencia que ha venido creciendo como parte de mercados más globalizados, aduciendo como razones fundamentales el escaso apoyo gubernamental que han recibido, al que los expertos han calificado como insuficientes en ambos países; c) aunque desde el punto de vista formal existen instituciones gubernamentales que apoyan a las Pymes agroindustriales y existen también ingentes lineamientos y programas dirigidos al fortalecimiento de este sector tanto en Venezuela como en Colombia, la percepción de la efectividad de los mismos se ha visto cuestionada; d) Existe cierto consenso en cuanto a considerar que el apoyo gubernamental debe orientarse al desarrollo de iniciativas que permitan mejorar el acceso al crédito, el acceso a nuevas tecnologías, la capacitación técnica de los empresarios y de los empleados en estas organizaciones, el desarrollo y aprovechamiento del saber – hacer, entre otros aspectos. En el caso de las iniciativas de índole privada que apoyen las Pymes agroindustriales, existe consenso en señalar la necesidad de crear campañas más agresivas para aumentar su presencia y la utilización de sus servicios por parte de aquellas; e) los beneficios fiscales que tienen las pequeñas y medianas empresas agroindustriales de esta zona son escasos, a pesar de la importancia del sector dentro de la economía de cada país y de que se conoce que tales incentivos resultan fundamentales para el desarrollo y crecimiento de la iniciativa privada e incluso social en las economías. Se ha planteado entonces la necesidad de utilizar rebajas fiscales como mecanismo para impulsar la creación y consolidación de las Pymes

agroindustriales de ambos países, si bien existe cierta preferencia porque estas rebajas pueden instrumentarse a través de la exoneración parcial o total del IVA. En ambos países se ha calificado el apoyo recibido como insuficiente, lo que refirma la necesidad de que las Pymes reciban apoyo más tangible por parte de los Estados, que les permita realizar una planificación fiscal de largo plazo, con el objeto de hacer que su negocio crezca pero que al mismo tiempo les permita hacer frente a posteriori de sus obligaciones fiscales.

Este trabajo es de fundamental trascendencia para el desarrollo de la presente investigación, puesto que indica que los escasos incentivos gubernamentales se presentan en varios países, en este caso en Colombia y Venezuela, lo que permite observar de manera macro que en parte de países de Latinoamérica existen Pymes que no son explotadas totalmente, lo que determine que no solamente Ecuador se encuentra sumergido en aquella problemática. Además de ello, se habla acerca de la posición geográfica de cada empresa, en lo que también aporta de manera significativa al presente trabajo, puesto que debido a que el Ecuador se divide en siete regiones económicas administrativas, se determinaran las ventajas e incentivos para cada región y sus potenciales ventajas, y más aún si se trata de las empresas de la ciudad de Ambato, ya que, por estar ubicada en el centro del país, la comercialización colindante es óptima.

Por otra parte, haciendo alusión al trabajo realizado por Espinosa & Villegas (2000) que nos habla acerca de los incentivos gubernamentales dentro de zonas geográficas o “francas”, mismas que pertenecen a un mismo territorio en donde se permiten regímenes diferentes con respecto al resto del territorio en relación a facilidades físicas, impositivas y arancelarias, se argumenta que no solamente es necesario contar con un sistema de programas de incentivos fiscales para las empresas, sino que también se deben considerar factores geográficos, demográficos y de producción de cada una de las regiones económicas, especialmente la región en estudio.

Es fundamental la ayuda que pueda proporcionar el estado o los diferentes organismos gubernamentales para las Pymes en general, pero también es muy

necesario considerar como segundo y principal factor a las micro, pequeña y medianas empresas y en analizar en cómo están establecidas, para poder realmente determinar que solamente es necesaria una correcta planificación fiscal con respecto a los incentivos.

En palabras de Macías (2008):“En apenas unos pocos años pasamos de internacionalización de la economía (que ha existido desde el siglo XIX) a la globalización de los mercados; como resultado han aumentado las oportunidades de negocio y de crecimiento, pero también la interdependencia de las economías”, nos muestra a las Pymes como un medio de auge económico que posee cada país o región del mundo, por lo que es fundamental reconocer e identificar a las Pymes de cada sector.

Se define que la competitividad de una empresa depende de cuatro factores básicos: a) Nivel Micro; b) Nivel Intermedio; c) Nivel Macro; d) Nivel Meta; en donde categoriza las etapas de las empresas, siendo en el Nivel Intermedio en donde entra el análisis del presente trabajo, puesto que dentro de ésta incluyen las acciones políticas y legislativas, en donde se debe facilitar la inversión y las transacciones entre particulares, que son la base del crecimiento económico y la generación de empleos (Macías , 2008).

Dentro de esta consideración, el autor hace referencia a la necesidad de tener una eficiencia macroeconómica para el adecuado nivel competitivo de las empresas:

La eficiencia macroeconómica es clave para la competitividad de la empresas, de tal suerte que se requiere un sistema financiero y fiscal competitivos que permitan tener disponibilidad de financiamiento de la inversión, plazos y tasas de interés competitivos internacionalmente, así como regímenes fiscales que den certidumbre y confianza a los inversionistas, al tiempo que establece tasas impositivas similares a la de los socios comerciales y costes de transacción bajos en la operación fiscal. (Macías , 2008)

Dentro de este contexto, han sido claras las notas de los autores en afirmar que no basta con que una empresa se haya formado para poder funcionar en un mercado tan globalizado, sino que también depende de los escenarios económicos de cada

región, país o subregión a la que se enfrenten las empresas, de ahí proviene su éxito o fracaso a lo largo del tiempo.

2.2. Fundamentación Filosófica

Por un lado, el paradigma debe ser concebido como un logro, es decir, como una forma nueva y aceptada de resolver un problema en la ciencia, que más tarde es utilizada como modelo para la investigación y la formación de una teoría. Por otra parte, el paradigma debe ser concebido como una serie de valores compartidos, esto es, un conjunto de métodos, reglas y generalizaciones utilizadas conjuntamente por aquellos entrenados para realizar el trabajo científico de investigación, que se modela a través del paradigma como logro (Kuhn , 1962).

Dentro de esta consideración, el siguiente trabajo investigativo se inclinará hacia un enfoque constructivista, debido a la naturaleza del mismo.

En base a ello, se toma en cuenta a uno de los iconos pensadores en esta corriente. Según en una de las publicaciones de la revista de la Universidad de Kennedy (pág. 269), entre sus recopilaciones de las teorías y postulados de Piaget postula que el conocimiento se genera del resultado de la interacción entre sujeto y objeto, mas no en ellos.

En base a una de las publicaciones de la Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento, en uno de sus artículos expresa que:

El constructivismo tiene sus raíces en la filosofía, psicología, sociología y educación. El verbo construir proviene del latín *struere* que significa ‘arreglar’ o ‘dar estructura’. El principio básico de esta teoría proviene justo de su significado. La idea central es que el aprendizaje humano se construye, que la mente de las personas elabora nuevos conocimientos a partir de la base de enseñanzas anteriores. El aprendizaje de los estudiantes debe ser activo, deben participar en actividades en lugar de permanecer de manera pasiva observando lo que se les explica, (Hernández, 2008).

En conclusión, esta corriente filosófica busca generar conocimiento empírico – subjetivo resultante de la constante participación e interacción con los objetos de estudio. Se tomará como eje a esta corriente puesto que el análisis que requiere la

investigación se basara en las experiencias de cada empresa y en los escenarios económicos que refleje la situación.

2.2.1. Fundamentación Epistemológica.

En una de las publicaciones que realiza la Universidad de Chile, se enuncia que:

La epistemología es aquella parte de la ciencia que tiene como objeto (no el único) hacer un recorrido por la historia del sujeto respecto a la construcción del conocimiento científico; es decir, la forma cómo éste ha objetivado, especializado y otorgado un status de cientificidad al mismo; pero a su vez, el reconocimiento que goza este tipo de conocimiento por parte de la comunidad científica. Es aquella epistemología que estudia la génesis de las ciencias; que escudriña cómo el ser humano ha transformado o comprendido su entorno por la vía de métodos experimentales o hermenéuticos en el deseo o necesidad de explicar fenómenos en sus causas y en sus esencias. (Jaramillo, 2003).

En base a ello, desde el punto de vista de la investigación, se trata de aportar con un conocimiento significativo concerniente a las Pymes y su respuesta a los incentivos gubernamentales en una de las regiones económicas más importantes del Ecuador, para que se pueda tener bases de información sólidas para futuras investigaciones.

2.2.2. Fundamentación Ontológica.

Citando a Guarino (1998), aporta: “En el sentido filosófico, podemos referirnos a una ontología como un sistema particular de categorías, representa una cierta visión del mundo”.

El presente trabajo investigativo busca relacionar la problemática de las empresas con las entidades gubernamentales, su participación en los mercados económicos y la repercusión en el mercado regional, nacional e internacional, para lo que es necesario conocer y comprender a fondo a los sujetos de la problemática y los factores de su relación. Analizar la expectativa y visión de cada una de las empresas con respecto al apoyo recibido por las entidades gubernamentales y así percibir el nivel de satisfacción.

2.2.3. Fundamentación Axiológica.

Según Zabala (2011), quien hace referencia a los postulados de Max Scheler, expresa que: “La axiología no sólo trata de los valores positivos, sino también de los valores negativos, analizando los principios que permiten considerar que algo es o no valioso, y considerando los fundamentos de tal juicio”.

En base a esto, se puede determinar que se busca analizar circunstancias favorables y desfavorables tanto para empresas como para entidades gubernamentales, en base de una fundamentación constructivista ya que el conocimiento se generará producto de la interacción con los fenómenos a tratar, además de ello, la investigación se guiara dentro de un paradigma cuali – cuantitativos, puesto que se trata de una problemática de tipo socioeconómico, mismo que busca responder cuestiones de orden subjetivo, ya que el analizar el desempeño de las empresas a base de los subsidios del gobierno trae a colación varios subtemas económicos y jurídicos para su completa comprensión.

2.3. Fundamentación Legal.

A lo que se refiere la norma jurídica en la que se basa el trabajo investigativo, hace mención principalmente a las leyes constitucionales, las cuales desde el año 2008 se encuentran en proceso de estructuración para poder asegurar una aplicación equitativa de la misma. En los últimos años, las leyes del país amparan a micro, pequeños y medianos productores, sean estos de tendencia industrial o artesanal, puesto que el gobierno busca fomentar y fortalecer el comercio nacional.

En base a lo que establece la Constitución de la República de Ecuador, en su Capítulo cuatro, sección primera, Art 284, numeral 2, establece como uno de los objetivos de la política económica del país:

Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividades sistémicas, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, pág. 89).

Por otra parte, dentro de la Sección segunda que detalla sobre la política fiscal, en su artículo 285 (pág. 89), expone como uno de los objetivos de la política fiscal: “La generación de incentivos para la inversión en los diferentes sectores de la economía y para la producción de bienes y servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables”.

Con respecto a los impuestos fiscales, dentro de la Sección quinta que detalla sobre el régimen tributario, en el artículo 300 (pág. 92), garantiza que: “La política tributaria promoverá la redistribución y estimulará el empleo, la producción de bienes y servicios, y conductas ecológicas, sociales y económicas responsables”.

Consecuentemente, dentro del Capítulo sexto, que detalla sobre el trabajo y la producción, en su artículo 319, donde reconoce que:

Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentaré la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional. (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, pág. 96)

Además, dentro del cambio de la Matriz Productiva, la SENPLADES (2012) especifica que: “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”.

Dentro de este marco legal, se han podido expedir y ampliar normativas que fortalezcan las actividades económicas. Según los avances realizados en cuanto a las normativas del cambio a la matriz productiva:

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

Por otra parte, la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado provee de reglas claras y transparentes a empresas, consumidores y principalmente a pequeños y medianos productores para que puedan competir en condiciones justas, asegurando que su desarrollo sea producto de su eficiencia y no de prácticas inadecuadas o desleales. SENPLADES (2012).

Dentro del marco del cambio, se consideran a 14 sectores y 5 industrias que son campos económicos estratégicos para la articulación de la transformación del dinamismo de la economía.

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

Gráfico 2. Sectores Estratégicos.
Fuente: SENPLADES.
Elaborado por: SENPLADES.

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

*Gráfico 3. Industrias Estratégicas.
Fuente: SENPLADES.
Elaborado por: SENPLADES.*

Además de la constitución, existen leyes que regulan las actividades económicas y productivas del país que se relacionan con el tema de estudio como lo trata el artículo 29 de la Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado (2011): “Se podrán otorgar ayudas por el Estado o mediante la utilización de recursos públicos, por el tiempo que fuere necesario, por razones de interés social o público, o en beneficio de los consumidores”. Dicha ley ampara la producción nacional y busca erradicar la competencia desleal dentro de los mercados del país, centrándose en los principales motores de la economía que son las empresas y más aún las Pymes.

De igual manera, en uno de sus artículos, la ley designa como ente regulador al poder ejecutivo para regular precios para el bien de consumo popular así como para la protección y sostenibilidad de la producción nacional.

Por otra parte, y considerada como uno de los más importantes estatutos legislativos que se aplican a favor de las Pymes y al bienestar del comercio nacional:

El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010).

Así también, haciendo referencia al papel del estado, lo señala en el artículo 5 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2010): “El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado”.

En base a las leyes establecidas por la República del Ecuador, mismas que regulan y respaldan la producción nacional, nos dan un amplio campo de investigación legal y jurídica para poder basar nuestra investigación.

2.4. Categorías Fundamentales.

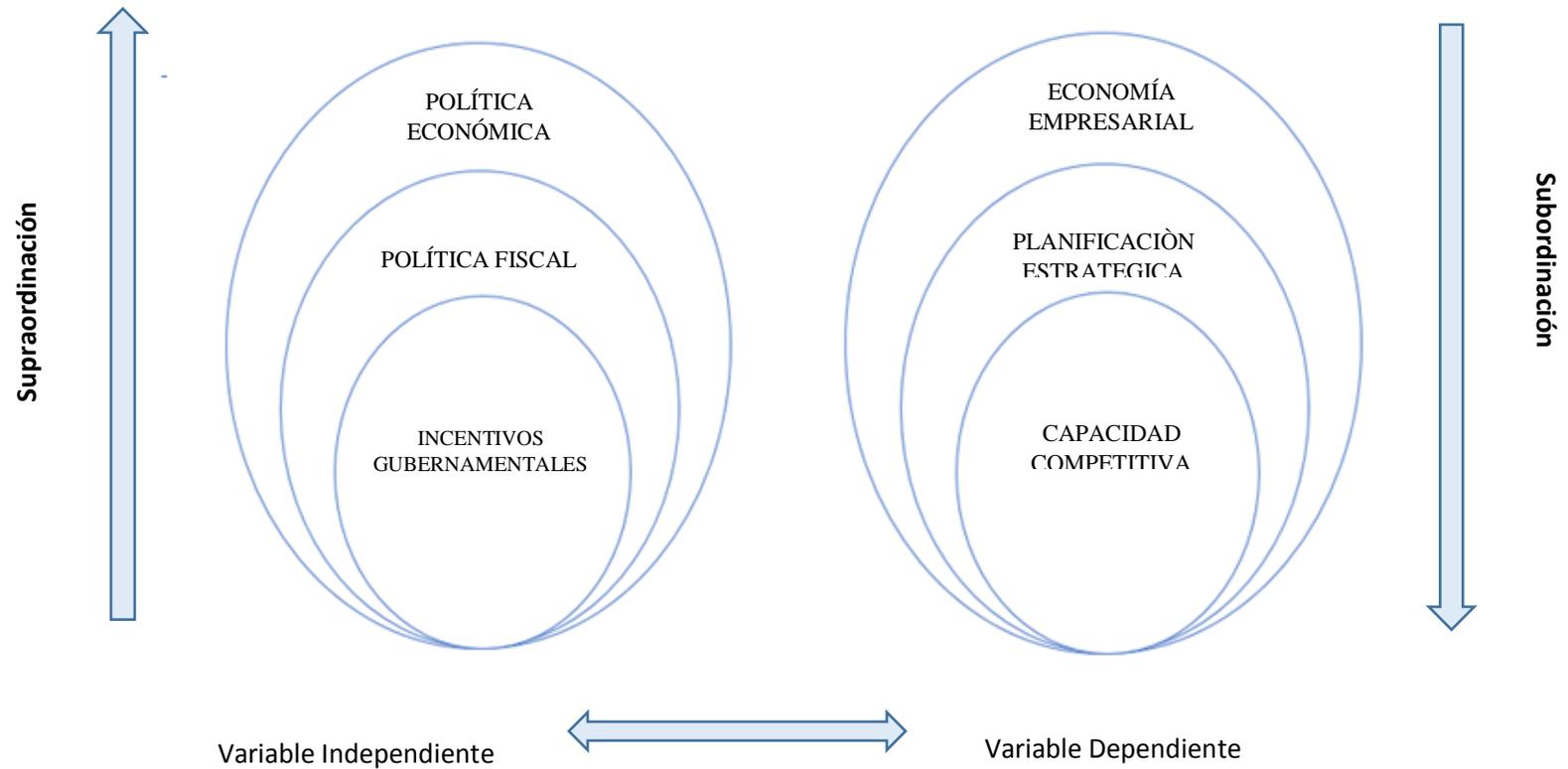


Gráfico 4. Categorías Fundamentales.
Elaborado por: Tixilema S. (2015)

2.4.1. Constelación de Ideas de la Variable Independiente.



Gráfico 5. Constelación de Ideas. Variable Independiente.

Elaborado por: Tixilema S. (2015).

2.4.1. Constelación de Ideas de la Variable Dependiente.

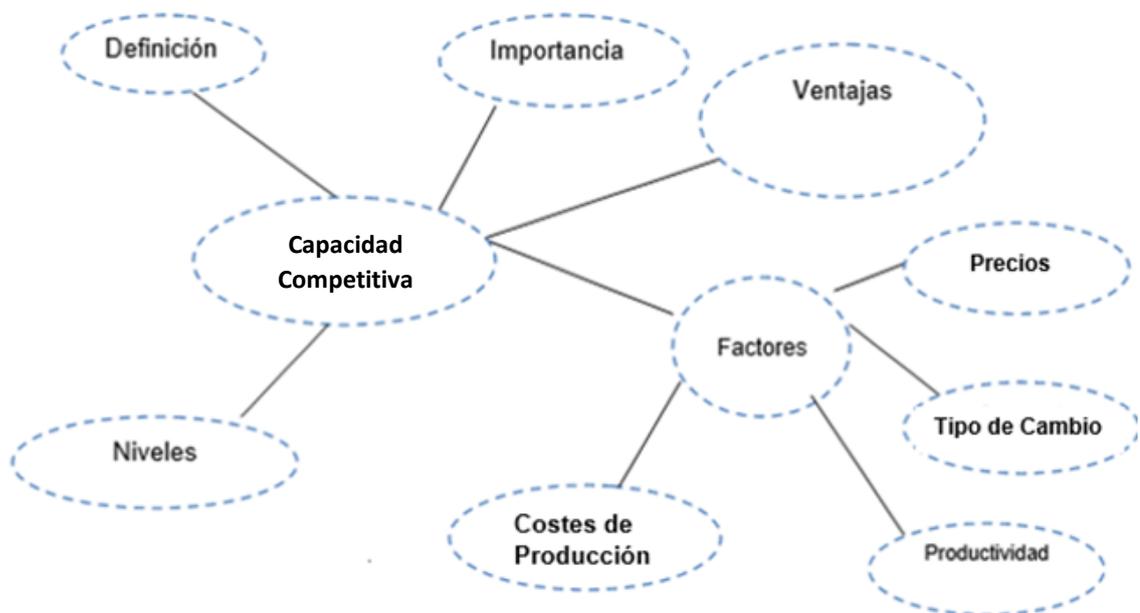


Gráfico 6. Constelación de Ideas. Variable Dependiente.

Elaborado por: Tixilema S. (2015)

2.4.1. Descripción Conceptual de la Variable Independiente.

Política Económica.

Debido a su gran extensión, de presentan algunas definiciones como:

La política económica puede definirse como el conjunto de directrices y lineamientos mediante los cuales el Estado regula y orienta el proceso económico del país, define los criterios generales que sustentan, de acuerdo a la estrategia general de desarrollo, los ámbitos fundamentales e instrumentos correspondientes al sistema financiero nacional, al gasto público, a las empresas públicas, a la vinculación con la economía mundial y a la capacitación y la productividad. (Ministerio de Economía y Finanzas - Perú, s.f.).

Por otra parte, en una de las publicaciones web de la Universidad de Chile en base a los estudios de Herrera (1948): “Sería así para nosotros Política Económica el conjunto de medidas a instituciones adoptadas por los Estados para influir en la vida económica de sus respectivos pueblos con arreglo a un criterio político determinado”. El concepto anterior se apega de manera genérica para el mejor entendimiento de lo que trata la política económica.

Dentro de los fines que persigue la política económica, se encuentra que la mayoría de ellos son de carácter político más no económico. En base a los estudios de Weber, para quien la política económica comprende el establecimiento de medidas económicas a las instituciones que tratan de influir sobre la economía con arreglo a un plan preconcebido.

Es tan amplio el estudio de la política económica como el de sus concepciones, pero dentro de los pensamientos más claros, tenemos que la política económica debe contener las siguientes características:

Debe tratarse de un conjunto de normas, y no de medidas esporádicas y aisladas, sin nexo entre sí, pues ella presupone concepciones de carácter general; el conjunto de normas debe ser adoptado por el Estado, entidad de Derecho Público que ejerce su jurisdicción sobre la totalidad de un determinado territorio. No creemos que las medidas desarrolladas por otras entidades de Derecho Público, aunque incidan en la actividad económica nacional, pueden estimarse como medidas de Política Económica;

carecen ellas de la amplitud y de la coercibilidad propia a los fines del Estado. (Herrera, 1948).

Para Nadal (2002): “se entiende como el conjunto de instrumentos, procedimientos y medidas que se aplican en un sistema político para controlar el crecimiento económico”. Dentro de ello se encuentran los impuestos, regulaciones, aranceles, estatutos, etc., que definidos por el Poder Ejecutivo son herramientas para el control de la economía. Además de ello se puede tener en consideración que dentro de estas herramientas se encuentran las leyes que regulan el rol de los mercados y la acción de las empresas en ellos.

Según Navarrete (2012): “el éxito de una economía se basa en el nivel de expansión de su mercado interno y en la competitividad en el ámbito externo”, para lo cual, un adecuado sistema de regulación al sector empresarial fomentaría un avance en la economía nacional. El rol del poder ejecutivo es aplicar las políticas económicas a favor del bien de la producción nacional, para lo cual, tiene la facultad para poder aplicar metodologías de apoyo para las empresas que se encuentran en auge competitivo.

Política Fiscal

Como definición generalizada, la política fiscal es una de las ramas de la política económica, la cual configura las partidas presupuestarias del estado con respecto a gasto público e impuestos. Los conceptos de política fiscal difieren de cada autor, proveniente de corrientes de pensamiento económico diferentes, por lo que para la presente investigación, se tomara en especial la corriente Keynesiana, misma en la que se basa el régimen actual de gobierno.

Ante esto:

“La principal tarea del estabilizador automático sería la de prevenir amplias fluctuaciones mediante un programa estable y continuo de inversiones a largo plazo. En otras palabras, su función no sería poner remedio a los altos y bajos de la trayectoria del sistema económico, sino evitar que estos tengan lugar”. (CEPAL, 20120, pág. 119)

Este es un postulado muy trascendental que emite la CEPAL con relación a las políticas fiscales, ya que muchas veces se confunde la objetividad con la que se plantean las medidas económicas con respecto a los mercados, especialmente con las empresas.

Dentro de las doctrinas Keynesianas y en base a su idea de utilizar políticas fiscales expansivas, es decir, reducir impuestos y aumentar el gasto, se basan muchas economías de hoy en día, canalizando el gasto en inversión sostenible en el largo plazo mediante la creación de empresas y fuentes de empleo. Es por ello que es de suma importancia determinar una política económica acorde y preferencial a las empresas en vías de desarrollo comercial, puesto que si se aplicara a todo tipo de empresas, la eficacia de la política económica se vería en deterioro, además de ello, se debería adoptar una adecuada planificación para ello, para evitar el retraso o demoras en el impacto que produzca el mejorar o eliminar impuestos para los productores de estudio.

Según Assael (1975): “el propósito de la política fiscal es darle mayor estabilidad al sistema económico, al mismo tiempo que se trata de conseguir el objetivo de ocupación plena”, esto debido a que la política fiscal se relaciona con la imposición de tarifas impositivas y gasto público.

Para Rivera (2010): “trata de las estrategias que el estado implementa, no solo para generar recursos, sino también, para administrar de forma eficiente dichos recursos”. Para poder planificar y diseñar la política fiscal, se debe considerar los rubros de los impuestos a la renta, impuestos indirectos y sobre el valor agregado, teniendo un total de ingresos tributarios, para poderlos contrastar con gastos corrientes y gastos de administración.

Según Rivera (2010): “La política fiscal es la política que sigue el sector público respecto de sus decisiones sobre gasto, impuestos y sobre el endeudamiento. Esta política tiene como objetivo facilitar e incentivar el buen desempeño de la economía nacional para lograr niveles aceptables o sobresalientes de crecimiento, inflación y desempleo, entre otras variables”. Todas estas consideraciones se tendrán en cuenta al momento de construir una política fiscal de

carácter expansivo, es decir, medidas que generen los gastos del gobierno o la reducción de los impuestos, o a su vez una política fiscal de carácter contraccionista, cuando se toman medidas para que el gasto público se reduzca y se provoque un aumento de impuestos. Cabe señalar que la decisión de un gobierno para decantarse por un tipo de política fiscal será realizada en base de las condiciones en las que se encuentre la economía.

Incentivos Gubernamentales.

Si bien en cierto, la palabra “incentivo” puede confundirse con “subsidio”, debido a que conceptualmente comparten el mismo fin, puesto que busca fomentar actividades o resguardar y mejorar la rentabilidad de varios sectores de la economía, esto se atribuye el conocimiento de Ynfante (2008): “es el estímulo que se ofrece a una persona, grupo o sector de la economía con el fin de elevar la producción y mejorar los rendimientos”.

Para Goetzl (2006): “. Una definición básica define los subsidios como acciones del gobierno que fomentan ciertas actividades específicas o mejoran la rentabilidad de determinados sectores de una economía. No obstante, no todas las acciones del gobierno afectan la competitividad de sectores específicos de una economía”.

Teniendo claro la diferencia entre ambos conceptos, se puede argumentar que los incentivos gubernamentales son iniciativas que tienen los gobiernos para proteger y fomentar el comercio de los mercados.

Según Sanford (2008): “Los incentivos resultantes pueden ser disfuncionales, pero la regulación no puede ayudar, tan sólo crear incentivos de cierto tipo. Claramente, la regulación afecta la conducta, tal como lo evidencian la regulación tradicional y las variedades más recientes. La pregunta clave es cómo hacer que la intervención sea productiva, promoviendo el logro de los objetivos económicos a un costo mínimo”. Por lo que es menester poder determinar rangos de aplicación y beneficiarios para la aplicación de los incentivos, considerando la situación de la empresa, su planteamiento estratégico y su razón de ser, para poder evitar así que existan contratiempos y sobregastos innecesarios.

Dentro del contexto en el que se basa la investigación, los incentivos gubernamentales van dirigidos a las Pymes, enfocados en reducir o eliminar barreras y aranceles que son impedimento para un buen desempeño productivo, y a la constante financiación que requieren las empresas para el desarrollo de las capacidades competitivas y por ende la capacidad competitiva nacional e internacional, es por eso de suma importancia analizar la problemática que permite identificar cual o cuales son las necesidades comunes de toda empresa para poder tecnificarse y desarrollarse.

Dentro de los incentivos gubernamentales, se distinguen principalmente dos: financieros y fiscales.

En lo que corresponde a los incentivos financieros, se centra especialmente en la accesibilidad a créditos para el establecimiento y/o mejora de una empresa; comprende los porcentajes de interés, pagos de capital, tiempo de crédito, períodos de gracia, etc.

Por otro lado, dentro los incentivos fiscales se encuentran medidas en las que el gobierno puede intervenir para poder incentivar la producción y la innovación de las empresas, como por ejemplo el reducir aranceles tributarios y de comercialización, exoneración de impuestos temporales, incentivos a la inversión, etc.

En este sentido, son varios los autores que han señalado que las políticas de incentivos tributarios han sido efectivas únicamente cuando se han establecido en países con cierta estabilidad política y económica, con seguridad jurídica, que cuentan con mano de obra calificada, con un buen nivel de infraestructura y con cierta apertura comercial. (CEPAL, 2009).

Como características que debe contener un adecuado incentivo gubernamental que pueda contribuir para el desarrollo de una Pyme, se debe tener en cuenta que:

- Sean específicos y controlables, para evitar evasiones fiscales.
- Orientados a Pequeñas y Medianas empresas registradas.
- Analizados en base al sector de cada Pyme.

- Sostenibles a través del tiempo.

En base a estas características, lo que se busca es que los incentivos gubernamentales contribuyan al desarrollo productivo de las Pymes, para que así se puedan elaborar productos de buena calidad que pueden generar competitividad a nivel nacional e internacional, evitando así la importación masiva.

2.4.2. Descripción Conceptual de la Variable Dependiente.

Economía empresarial.

Según Sánchez (2006): “La economía es la ciencia que estudia, explica y formaliza los conceptos, relaciones, teorías y leyes de cómo se organizan los agentes económicos para producir, reproducir y distribuir la riqueza y el valor monetario (ingreso personal o nacional) de los individuos, agentes económicos y naciones.”

Dando una definición un poco más básica y apegada al ámbito empresarial también podemos definir a la economía básicamente como la ciencia que se encarga de administrar de manera adecuada los recursos escasos existentes. Dichas definiciones se aplican al manejo de una empresa tal y como están definidas, puesto que, el progreso de una empresa en general radica en el cómo saber administrar y asignar recursos para ejecutar actividades, alcanzando objetivos y metas en un plazo determinado de tiempo.

El objeto de estudio en el cual se centra la economía empresarial es el analizar y establecer la relación de los agentes económicos involucrados en la elaboración y comercialización de un bien terminado, así como el volumen de producción y sus canales de distribución.

Planificación Estratégica.

Como una definición empírica podemos denotar que el hecho de planificar es el elaborar un plan de acción que se anticipa a los acontecimientos futuros que permita de cierto modo evitar o disminuir el peligro. Además, podemos decir que una estrategia es una consecución de pasos guiados por una adecuada metodología para

poder cumplir un objetivo especial, por lo que se puede decir que la planificación estratégica es un plan anticipado de actividades a cumplirse y desarrollarse para poder establecer los objetivos en un lapso de tiempo determinado.

Según Díaz & Yasmín (2001): “Planear es sin duda de las actividades características del mundo contemporáneo, la cual se vuelve más necesaria ante la creciente interdependencia y rapidez que se observa en el acontecer de los fenómenos económicos, políticos, sociales y tecnológicos”.

Según Castaño (2014): “Desde años atrás en la historia siempre ha existido la noción de administración y con ella de planeación. Pero es una noción inconsciente, pues una vez comienza a plasmarse el pensamiento administrativo, se empieza a percibir la importancia de la planeación”. Actualmente, las empresas se preocupan por sus utilidades y comienzan a dejar atrás mecanismos obsoletos sobre el manejo de las empresas, para lo que se ven en la necesidad de crear lineamientos que les permitan minimizar sus costos y programar las actividades a realizarse.

Autores como Kotler y Armstrog, mencionan la importancia que tiene la planificación dentro de las organizaciones, puesto que es menester postular un plan antes de emprender con una organización con la finalidad de enfocarse en los réditos del largo plazo, además del logro de objetivos y el cumplimiento de las políticas que se planteen.

Actualmente, las planeaciones estratégicas eliminan la inoperancia de la alta gerencia, convirtiéndola en un agente de acción fundamental dentro de una empresa.

Es una actividad de alto nivel en el sentido en que la alta gerencia debe participar activamente, ya que ella desde su punto de vista más amplio, tiene la visión necesaria para considerar todos los aspectos de la organización. Además se requiere adhesión de la alta dirección para obtener y apoyar la aceptación en niveles más bajos. (Díaz & Yasmín, 2001).

Cabe señalar que el hecho de implementar un planeamiento dentro de una empresa no solamente busca resguardar el futuro de la misma, sino que también en base a ella se determinan sus campos de acción y posibilidad de evolución.

Una buena planificación conlleva que las empresas estén preparadas para los cambios radicales de los mercados en el amplio sistema de la globalización.

Como lo dice en su libro titulado “Estrategia Competitiva”:

Es el proceso de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos y objetivos. Dentro de los negocios se usa para proporcionar una dirección general a una compañía (llamada Estrategia Empresarial) en estrategias financieras, estrategias de desarrollo de recursos humanos, en desarrollos de tecnología de la información y crear estrategias de marketing, etc. La planificación estratégica es el camino que guía a la empresa durante un periodo determinado y la misma está compuesta por estrategias y objetivos estratégicos que permiten el logro eficaz y eficiente de lo planificado. (Porter, 1980).

Seria innecesario dar una clasificación a la planificación estratégica, puesto que guarda la misma esencia que se citó al inicio, aunque hay que precautelar las condiciones de las empresas para poder determinar el alcance que se desea tener al momento de ejecutar la planificación. La contribución más significativa que da la planificación es la de generar competitividad entre empresas, por lo que se debe tratar como el secreto de cada organización.

Es importante para cada empresa el conocer su situación y su proyección al mediano y largo plazo mediante un análisis situacional que determine factores positivos y negativos, externos e internos que puedan favorecer o perjudicar potencialmente a la organización.

Un adecuado plan estratégico permite a una empresa además de conocer su posible rumbo y sus potenciales peligros, conocer su organización y su relación con los agentes internos y externos de la misma, estableciendo parámetros de operación y campos de acción.

Al hablar de planificación, también se detallan puntos de control, los cuales determinan el correcto cumplimiento del plan en ejecución. Los cuales son:

Planificación: En donde se plantean misión, visión, valores corporativos, metas y alcances a conseguir.

Implementación: En donde se concreta lo planificado.

Evaluación: En donde al ser susceptible a cambios, se diagnostica el funcionamiento de los planes y se reformula estrategias en caso de ser necesario.

Control: Se aplica al mediano plazo, en donde se mantiene un monitoreo constante de las actividades que se realizan.

Hay que tomar en cuenta que una planificación estratégica debe darse a estricto cumplimiento sin olvidar que también es susceptible a los cambios del entorno externo o interno de la empresa, esto se debe a los cambios bruscos de preferencia y demanda de productos y servicios. Debido a ello las etapas de la planificación estratégica se dividen en: planeación, elaboración, ejecución y control, ya que en cada etapa las estrategias pueden manipularse o establecerse dependiendo el caso.

Finalmente, una adecuada planificación estratégica debe contar con los siguientes parámetros:

- Análisis Situacional FODA.
- Diseño de Organización.
- Planteamiento de Objetivos.
- Elaboración de la Misión y Visión
- Selección de estrategias.
- Plan de Acción.
- Sistema de Evaluación y Control.

Competitividad.

Dentro de una de los enunciados que expone el diccionario Oxford de Economía, define como la capacidad de competir en los mercados. Es posible que la definición sea muy básica, pero dentro de lo que refiere la competitividad, es la más clara de las definiciones. Tal y como lo apoya Romo (2005): “La necesidad de definir con claridad y comprender este término va más allá de objetivos puramente semánticos, pues se utiliza con frecuencia para justificar la creación de políticas públicas sin el debido análisis de sus efectos en los niveles de competitividad”.

Según Rojas & Sepúlveda (1999): “El término competitividad ha dejado de ser un concepto estático centrado en aspectos meramente económicos: actualmente incorpora factores no económicos tales como cultura, sostenibilidad ambiental, política, calidad del recurso humano y ubicación espacial”.

En palabras de O’Kean (2013): “La competitividad es un concepto diferente. Está asociado al éxito al competir, a la excelencia de un país o de un tejido productivo concreto” lo que nos da como referencia a que el término “competitividad” no se basa en la desmesurada competencia entre dos empresas de un mismo mercado, sino más bien como un estándar de calidad.

Al analizar a lo que refiere la competitividad podemos llegar a comprender sobre que determinados parámetros de debe decidir e incursionar en una empresa, es por ello que es fundamental el conocer qué tipo de ventajas competitivas tiene la misma, si se encuentra preparada para poder competir o si su plan de acción no es el adecuado para considerarse competitiva.

Debemos entender que la competitividad no es algo casual ni surge espontáneamente; esta se crea y se logra a través de un largo proceso de aprendizaje y negociación por distintos grupos humanos de acuerdo al tipo de organización, ya sean estos empleados, proveedores, directivos, accionistas, la competencia, el mercado, el gobierno, los organismos internacionales y la sociedad en general. (Pontificia Universidad Católica del Perú, 2013)

Dentro del tratado de la competitividad, existen dos variantes de las cuales es fundamental aclarar con respecto a la misma.

El primer término trata de la ventaja comparativa, la cual según Krugman & Obstfeld (2000), dice que: “un país tiene una ventaja comparativa en la producción de un bien si el costo de oportunidad de producir ese bien en términos de otros bienes es menor en ese país que en otros países”, para lo cual se define como coste de oportunidad al costo de pérdida por dejar de hacer una actividad para dedicarse a otra.

El segundo término trata de la ventaja competitiva, la cual según Kogut (1985) se la entiende como: “la ventaja competitiva es impulsada por las diferencias en la capacidad de transformar insumos en bienes y servicios para obtener la máxima utilidad”, para lo cual se define a que una empresa tiene la capacidad de explotar sus capacidades y manejar adecuadamente sus estrategias para poder obtener mayor rentabilidad con respecto de las demás empresas. Según en estudios realizados por Porter (1980), concluye que se diferencian tres tipos de estrategias para poder llegar a ser una empresa competitiva, los cuales son:

- **Liderazgo en Costo:** A lo que una empresa puede llegar empleando las determinadas economías de escala, mismas que se basan en una producción masiva a menor costo, es decir, crear beneficios al momento de invertir en materia prima para la transformación del producto.
- **Diferenciación:** Convertirse en una empresa que incremente en su producción o servicio elementos que la competencia no ofrezca en el mercado, no necesariamente de forma directa en el bien o servicio final, sino que se pueden implementar servicios adicionales como plazos de pago, mantenimientos o asesoramientos, descuentos, diseños personalizados, etc.
- **Enfoque:** El especializarse en un nicho de mercado, es decir, dirigir a la empresa hacia un solo tipo de segmento, en el cual tenga la capacidad de mantenerse y desarrollarse.

Estas estrategias no solamente se aplican hacia el cliente, sino que también están enfocadas para aplicarlas a la cadena de suministro o proveedores, para poder así tener un mayor control y provecho de la ventaja competitiva.

A todo esto, se une lo que se le conoce como la cadena de valor, que no es más que la secuencia de pasos básicos principales que cumplen el proceso de elaboración o de obtención de un producto o servicio, mismos que deben ser reforzados y especializados para que se pueda facilitar la identificación de fuentes de ventajas competitivas dentro de una empresa.

Existe un tercer término, el cual se da cuando se cumplen como requisitos los dos primeros términos, a éste se la denomina como ventaja absoluta, y se la dice que un país la adquiere cuando tiene una ventaja completa de producción sobre otro. Para ello se habla de la productividad, que según Romo & Abdel (2005): “La productividad de un país, determina su nivel de vida, ya que cuanto más elevada sea esta puede sustentar mejores salarios y rendimientos atractivos del capital invertido”, afirmación que hace alusión a la importancia del conocimiento y aplicación de lo que es la capacidad competitiva.

Dentro de los factores que componen la competitividad, dentro de los más relevantes se encuentran:

- **Productividad:** Según O’Kean (2013): “La mejora de la productividad conlleva crear más valor y también hacerlo con menos factores, siendo por tanto más eficiente. Imaginación y talento de un lado y una mejor organización productiva, tecnología y capital humano del otro”.
- **Costes de Producción:** Para O’Kean (2013): “Indudablemente hay que considerar los costes salariales y las cargas sociales, pero también los costes financieros, los costes energéticos, las materias primas, los impuestos a la producción y unos costes difíciles de precisar pero muy relevantes en el análisis de la competitividad: los costes de transacción”.

- **Precios:** En palabras de O’Kean (2013): “Al igual que los costes, subidas de precios por encima de los precios de los países competidores restan competitividad”.
- **Tipo de Cambio:** Parafraseando a O’Kean (2013): “pagar más moneda nacional por la divisa extranjera del país con el que se compite, abarata los productos nacionales, encarece los extranjeros y mejora la competitividad de un país”.

Si bien es cierto, la competitividad encierra un solo propósito, pero no se aplica con el mismo sentido, es decir, su ámbito de acción es diferente y este difiere si se trata de analizar la competitividad de una empresa, una región o un país.

“Para Romo & Abdel (2005): “es preciso aclarar en qué ámbito se aplica: empresas, industrias, regiones o países, los cuales, además, se clasifican en una estructura de niveles concéntricos jerarquizados de competitividad”.



*Gráfico 7. Niveles de Competitividad.
Fuente: Romo & Abdel (2005).
Elaborado por: Romo & Abdel (2005).*

Dentro de la ilustración los autores determinan a que la competitividad empresarial se basa en las condiciones en las que se halle la situación de la industria de la empresa y de la región en la que se desenvuelve, y consecuentemente la situación competitiva de las mismas, industrias y regiones determinan las condiciones nacionales. En palabras de Romo & Abdel (2005): “El concepto de competitividad en los niveles de empresa e industria es relativamente claro y no es causa de polémica, por lo que la discusión se centra en los ámbitos regionales y nacionales”.

El ámbito empresarial.

Para la CEPAL (2006): “La productividad se define como la tasa de un volumen de medida del producto con relación a un volumen de medida de uso de factores productivos”.

Como lo define Romo & Abdel (2005): “El significado de la competitividad de una empresa se deriva de su ventaja competitiva en los métodos de producción y organización (precio y calidad del producto final) frente a sus competidores específicos”.

Dentro de este nivel se deben considerar aspectos de cuestión microeconómico, como lo es un manejo adecuado de proveeduría, producción y comercialización del bien o servicio, además de determinar cuáles son sus ventajas y desventajas al momento de operar en el mercado y poder crear estrategias que solo la empresa pueda y disponga desarrollar, además de considerar los factores externos que influyen en el desempeño de la empresa.

El ámbito Industrial

Para la CEPAL (2006): “La competitividad de una industria es evaluada en comparación con la misma industria en otra región y otro país”.

En base al criterio de Romo & Abdel (2005): “Las empresas que forman parte de una industria competitiva tienden a verse beneficiadas en distintas formas, al crearse un círculo virtuoso entre el desempeño de la empresa y el de la industria”.

Además de eso, se puede definir que:

Una industria es el conjunto de empresas que se dedican a actividades económicas similares, por lo que lo antes dicho se aplica también en la esfera industrial, en que la competitividad se deriva de una productividad superior, ya sea enfrentando costos menores a los de sus rivales internacionales en la misma actividad o mediante la capacidad de ofrecer productos con un valor más elevado. (Romo & Abdel, 2005).

Se puede concluir que la competitividad entre empresas que participan en un mismo mercado forma una determinada industria o “clúster”, que no es más que la ubicación estratégica de dos o más empresas de una determinada industria que persiguen objetivos comunes.

En el ámbito industrial también es probable evaluar medidas de competitividad que usualmente se atribuyen al análisis de la competitividad empresarial, debida a que una industria o “clúster” es una empresa a mayor escala, debido a que varios elementos la conforman y persiguen objetivos en común, teniendo por objetivo en común el fortalecer la industria.

El ámbito nacional.

Según estudios de la CEPAL (2006): “A nivel macro la competitividad está relacionada con la capacidad de incrementar el nivel de vida de los habitantes, de generar incrementos sostenidos en productividad, de insertarse exitosamente en los mercados internacionales, entre otros”.

Para Romel & Abdel (2005): “La productividad de un país determina su nivel de vida, ya que cuanto más elevada sea ésta puede sustentar mejores salarios y rendimientos atractivos del capital invertido”.

En palabras de Porter, afirma que la competitividad de un país depende de la capacidad de la industria para innovar y mejorarse constantemente. Para poder tener una perspectiva más clara de lo que conlleva la competitividad de un país, se deben analizar los factores en los que se encuentra el mismo y cuál es su repercusión en la competitividad corriente abajo (regiones, industrias y empresas). Un país es económicamente competitivo mientras más inversión extranjera directa atraiga, lo cual se determina en base a la estabilidad económica, el manejo adecuado de los recursos, estabilidad política, incentivos de inversión, entre los más importantes.

Es importante resaltar que debido a la gran extensión del enfoque de la competitividad, el marco de análisis de la investigación con respecto a la capacidad

competitiva de las Pymes se basa en el marco legal de la Transformación de la Matriz Productiva (2012), la misma que señala en sus ejes de acción los siguientes:

- Diversificación productiva basada en el desarrollo de industrias.
- Agregación de valor en la producción existente mediante la incorporación de tecnología y conocimiento en los actuales procesos productivos.
- Sustitución selectiva de importaciones con bienes y servicios que ya producimos actualmente y que seríamos capaces de sustituir en el corto plazo.
- Fomento a las exportaciones de productos nuevos, provenientes de actores nuevos -particularmente de la economía popular y solidaria.

Los esfuerzos de la política pública en ámbitos como infraestructura, creación de capacidades y financiamiento productivo, están planificados y coordinados alrededor de estos ejes y se ejecutan en el marco de una estrategia global y coherente que permitirá al país superar definitivamente su patrón de especialización primario-exportador (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2012)

2.5. Hipótesis.

2.5.1. Formulación del Problema.

¿De qué manera inciden los incentivos gubernamentales para mejorar capacidad competitiva de las Pymes de la región administrativa 3 del Ecuador?

2.5.2. Hipótesis

Los incentivos gubernamentales mejoran la capacidad competitiva de las Pymes de la región 3 del Ecuador.

2.6. Señalamiento de las Variables

2.6.1. Variable Independiente: Incentivos Gubernamentales.

2.6.2. Variable Dependiente: Capacidad Competitiva.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Enfoque De La Investigación.

Debido a la naturaleza y al tipo de problemática que se va a estudiar en la presente investigación, el enfoque en primera instancia será cuali – cuantitativo, debido a que las variables inmersas son de carácter socioeconómico, en donde se analizan características descriptivas para la correlación y la incidencia de las mismas.

Según Martínez (2006): “la investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, aquella que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones. De aquí, que lo cualitativo (que es el todo integrado) no se opone a lo cuantitativo (que es sólo un aspecto), sino que lo implica e integra, especialmente donde sea importante”.

En palabras de Bisquerra (1989). “expresa que el enfoque cualitativo se basa en el subjetivismo, es decir que, el interés del enfoque cualitativo es la interpretación que resulte del análisis de los datos que se obtenga en la investigación, por lo cual el diseño de la investigación es flexible ante posibles cambios”.

Consecuentemente, el presente trabajo se centrará en un enfoque crítico propositivo ya que compartiendo el pensamiento de Melero (2011): “el ser humano se plantea la necesidad de conocer y mejorar el entorno en el que se desarrolla, tratando de dar soluciones que alteran la cotidianidad”.

Según expresa la Universidad de la Salle (2009): “El paradigma crítico induce a la crítica reflexiva en los diferentes procesos de conocimiento como construcción social y de igual forma, este paradigma también induce a la crítica teniendo en cuenta la transformación de la realidad pero basándose en la práctica y el sentido”.

Ambos enfoques tienen correlación debido a que se realizará un análisis reflexivo de los resultados obtenidos de la interacción con los sujetos involucrados, los cuales generarán un modelo de solución.

El trabajo de investigación a desarrollarse será de una investigación de campo, ya que como lo señala Martínez (2006): “Es el único indicado cuando el investigador no sólo quiere conocer una determinada realidad o un problema específico de un grupo, sino que desea también resolverlo”. Por lo tanto, lo que es poder obtener evidencia y contraste con las encuestas y entrevistas que se llevarán a cabo en las empresas del sector.

De igual manera, en base a estudios similares recopilados de la Universidad Experimental Libertador (2006):“Los datos de interés son recogidos en forma directa de la realidad; en este sentido se trata de investigaciones a partir de datos originales o primarios”.

Por otra parte, se partirá de una investigación documental, como lo dice Ávila Baray (2006):“la investigación documental es una técnica que permite obtener documentos nuevos en los que es posible describir, explicar, analizar, comparar, criticar entre otras actividades intelectuales, un tema o asunto mediante el análisis de fuentes de información”.

Compartiendo el criterio de los autores mencionados, se utilizará ambas metodologías puesto que serán herramientas fundamentales que contribuirán a la generación de conocimiento.

3.2. Nivel O Tipo De La Investigación

En el presente trabajo se utilizará principalmente la investigación censal - descriptiva, ya que como lo dicen Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (1991, pág. 71): “Miden y evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir”.

De igual manera, Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (1991, pág. 70), señalan que: “la investigación exploratoria consiste en examinar un tema que no ha sido abordado anteriormente, y de ser el caso, se han realizado en diferentes contextos”, por lo cual una investigación de este tipo es necesaria para aumentar el grado de familiaridad con el problema a tratarse.

Este tipo de investigaciones servirán al momento de realizar el análisis situacional de las empresas a tratar y el entorno en que operan y se desenvuelven, así como también los niveles de competitividad en los que se encuentran.

3.3. Población y Muestra.

3.3.1 Población.

Según Herrera Luis & Medina Armando (2004, pág. 107), “La población o universo es la totalidad de elementos a investigar a toda la población, sea por razones económicas, por falta de auxiliares de investigación o porque no se dispone del tiempo necesario, circunstancias en que se recurre a un método estadístico de muestreo, que consiste en seleccionar una parte de las unidades de un conjunto, de manera que sea lo más representativo del colectivo en las características sometidas a estudio”.

En la presente investigación, la población de estudio serán las Pymes de la región administrativa N°3 del Ecuador de diferentes sectores productivos.

REGIÓN ADMINISTRATIVA 3 DEL ECUADOR					
POBLACIÓN	CHIMBORAZO	COTOPAXI	PASTAZA	TUNGURAHUA	TOTAL
Tamaño de empresa	1.248	1.337	324	2.560	5.469
Pequeña empresas	1.137	1.198	293	2.313	
Mediana empresa	111	139	31	247	

*Tabla 1. Población a estudiar de la Región 3.
Fuente: Directorio de Empresas (INEC).
Elaborado por: Tixilema S. (2015).*

3.3.2. Muestra.

Para ser confiable, debe ser representativa, y además ofrecer la ventaja de ser la más práctica, la más económica y la más eficiente en su aplicación. No se debe perder de vista que por más perfecta que sea la muestra siempre habrá una diferencia entre el resultado que se obtiene de ésta y el resultado del universo, esta diferencia es lo que se conoce como error de muestreo (E), por esta razón,

mientras más grande es la muestra es menor el error de muestreo, y por lo tanto existe mayor confiabilidad en sus resultados. (Herrera & Medina, 2004, pág. 107).

Para el cálculo se tomarán las siguientes consideraciones:

- Z= Nivel de confían 1,96
- e= Margen de error: 0.06 (6%)
- P= Probabilidad de ocurrencia: 0,5
- Q= Probabilidad de no ocurrencia: 1- 0.5 = 0.5
- N= Población objeto: 86.051

Para lo cual se usará la siguiente fórmula estadística

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{Z^2 p \cdot q + Ne^2} \quad n = \frac{1,96^2 0,5 * 0,5 * 86.051}{1,96^2 0,5 * 0,5 + 5.469(0,06)^2} \quad n = 360$$

Dentro de la parte muestral calculada en un inicio de 360 elementos, se ha realizado un muestreo estratificado para poder resaltar proporciones representativas en base al número de empresas por provincia, de lo que se obtiene:

REGIONES	NÚMERO DE EMPRESAS	PORCENTAJE	PARTE PROPORCIONAL
CHIMBORAZO	1.367	25%	90
COTOPAXI	1.367	25%	90
PASTAZA	820	15%	54
TUNGURAHUA	1.914	35%	126
TOTAL	5.469	100%	360

Tabla 2. Muestra a estudiar de la Región 3.
Elaborado por: Tixilema S. (2015)

3.4. Operacionalización De Las Variables.

3.4.1. Operacionalización de la Variable Independiente - Incentivos Gubernamentales

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA INSTRUMENTO
<p>Para la economía, un incentivo es un estímulo que se ofrece a una persona, una empresa o un sector con el objetivo de incrementar la producción y mejorar el rendimiento; en forma de reducciones o exenciones en el pago de ciertos impuestos que se concede a los sujetos pasivos para promover la realización de determinadas actividades consideradas de interés público por el Estado. Son parte del conjunto de instrumentos de política económica que busca afectar el comportamiento de los actores económicos a un costo fiscal limitado.</p>	Estímulos	Financieros	¿Cuáles son las 3 áreas internas que reforzaría en su empresa con incentivos de capital?	Encuestas
		Gubernamentales	¿Cuáles son las 3 áreas externas que priorizaría en su empresa con incentivos de capital?	
	Empresa	Pequeña	¿De los siguientes medidas proteccionistas, cual considera el más importante y efectiva?	
		Mediana		
	Política Económica	Código de la Producción	¿De los siguientes incentivos, a cuál de ellos adaptaría a su empresa?	
		Plan Nacional del Buen vivir		
		Constitución del Ecuador		
		Matriz Productiva		

Tabla 3. Operacionalización de la Variable Independiente.
Elaborado por: Tixilema S. (2015).

3.4.2. Operacionalización de la variable Dependiente - Competitividad

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ÍTEMES	TÉCNICA INSTRUMENTO
Para la economía, la competitividad se define como la capacidad de desarrollar ventajas que le permitan diferenciarse de un modelo en particular, generando la mayor satisfacción posible, en lo que se asume que se podrá asumir mayor cuota de mercado, sea este nacional o internacional	Ventajas Competitivas	Liderazgo en Costes	Elija 2 factores que usted considere como potenciales ventajas competitivas	Encuestas
		Diferenciación	Considere 2 factores externos que a su criterio influirían de manera positiva en el desempeño de su empresa	
		Enfoque	¿Cuál de las políticas públicas orientas a las siguientes áreas de intervención considera que fomentaría el avance productivo de su empresa?	
	Niveles de Competitividad	Empresarial	¿Cuál es la estrategia que permite a la empresa adquirir una ventaja competitiva con respecto a las demás empresas?	
		Industrial	¿De las siguientes opciones, cual consideraría usted como la más apropiada para poder generar un adecuado desarrollo industrial?	
		Regional	¿Cuál de estos factores considera usted que es determinante para poder generar un país competitivo?	

Tabla 4. Operacionalización de la Variable Dependiente.
Elaborado por: Tixilema S. (2015).

3.6. Plan De Recolección De Información.

Para recopilar la información, las fuentes serán las Pymes de la región administrativa 3 del Ecuador resultantes del cálculo muestral, se aplicará una encuesta a cada representante de las empresas indiferentemente del sector a donde pertenezcan, lo cual nos dará un detalle de la situación en la que se encuentra las empresas y los sectores encuestados, para poder así recolectar la información clave necesaria para poder llegar a un análisis coherente de la situación en la que se encuentran las Pymes.

Para proceder con las encuestas, del total muestral (359 empresas), se han determinado una muestra proporcional para cada provincia:

- Chimborazo – 90 empresas
- Cotopaxi – 90
- Pastaza – 54
- Tungurahua – 126

Dentro de la parte proporcional se realizarán las encuestas a empresas indistintas del sector al que pertenezcan mediante un muestreo aleatorio simple, para así determinar la realidad de varias empresas de sectores diferentes.

A continuación se detalla el proceso de recolección de información

Aplicación de encuestas	Población
Lugar	Pymes seleccionadas de la Región administrativa 3 del Ecuador
Horario	09H00 – 18H00
Materiales	Cuestionario
	Esferos
	Corrector

Tabla 5. Plan de recolección de información.
Elaborado por: Tixilema S. (2015).

3.7. Plan De Procesamiento De La Información

Al finalizar el proceso de encuesta a cada uno de los estratos que conforman la región 3, se procederá a tabular los resultados con la ayuda del programa Excel de manera que nos permita establecer un claro análisis en cada pregunta de la encuesta aplicada para poder comprender mejor la situación de la problemática. Además de ello, los análisis se realizarán en base a gráficas que permitan contrastar y comparar las variables a considerarse, en términos porcentuales para una comprensión general de los datos, para en lo posterior poder determinar falencias y establecer un adecuado plan de solución.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis de los Resultados.

En base a los resultados obtenidos, se presentan los siguientes análisis:

REGIÓN ADMINISTRATIVA 3

	FRECUENCIA	%
TUNGURAHUA	126	35
CHIMBORAZO	90	25
COTOPAXI	90	25
PASTAZA	54	15
	360	100

Tabla 6. Frecuencia- Región Administrativa 3.
Elaborado por: Tixilema S. (2015)

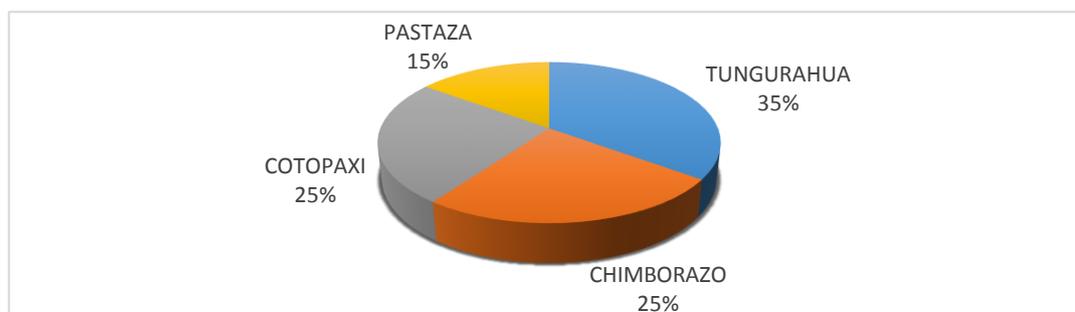


Gráfico 8. Estadístico de la Región Administrativa 3
Elaborado por: Tixilema S. (2015)

Análisis: Del total de la muestra obtenida de 359 elementos, se tiene que la provincia con mayor participación de Pymes es Tungurahua (35%), seguida por: Chimborazo (25%), Cotopaxi (25%) y Pastaza (15%).

Interpretación: Los resultados señalan que existe un mayor porcentaje de pequeñas empresas, por otro lado, el número de medianas empresas es reducido puesto que han podido desarrollarse incipientemente a través del tiempo, lo cual nos arroja una primera señal acerca del crecimiento y capacidad competitiva de una Pyme en la región.

TIPO DE EMPRESA

	FRECUENCIA	%
PEQUEÑA	241	67
MEDIANA	119	33
	360	100

Tabla 7. Frecuencia de Tipo de Empresa
Elaborado por: Tixilema S. (2015)

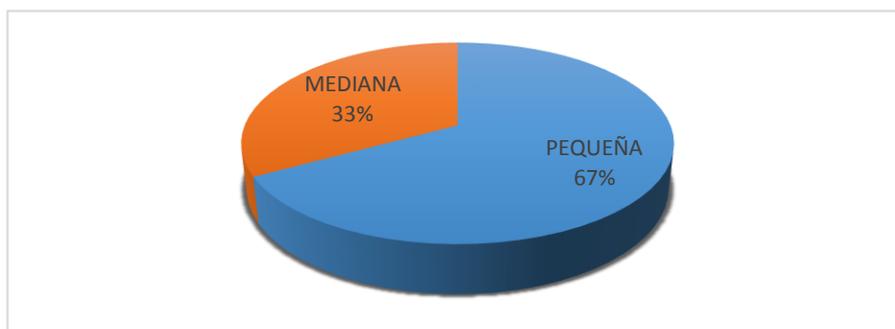


Gráfico 9. Estadístico de Tipo de Empresa
Elaborado por: Tixilema S. (2015)

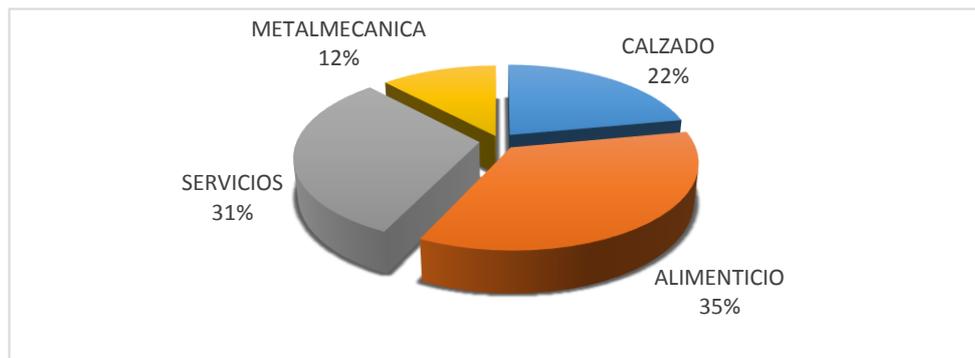
Análisis: Dentro de la región administrativa 3 del Ecuador se han obtenido un mayor número de Pequeñas empresas (77%), una cifra significativa con relación a las Medianas empresas (33%).

Interpretación: Una de las razones por las que se presenta un mayor número de pequeñas empresas se debe a que durante la última década han surgido varias ideas de negocio, impulsadas por el movimiento constante de globalización, mismas que catapultan a la creación de nuevas empresas. Principalmente se diferencian entre pequeñas y medianas debido a factores como: ingresos, niveles de ventas, tipos de producción, número de trabajadores, entre otros.

SECTOR EMPRESARIAL

	FRECUENCIA	%
CALZADO	79	22
ALIMENTICIO	126	35
SERVICIOS	112	31
METALMECANICA	43	12
	360	100

*Tabla 8. Frecuencia de Sector Empresarial.
Elaborado por: Tixilema S. (2015)*



*Gráfico 10. Estadístico de Sector Empresarial.
Elaborado por: Tixilema S. (2015)*

Análisis: Según los resultados se considera que el sector más fuerte es el Alimenticio (35%), seguido por el de Servicios (31%), Calzado (22%) y Metalmecánica (12%).

Interpretación: Al profundizar el estudio de las pequeñas empresas, encontramos que en su mayor porcentaje están dentro de las industrias alimenticias y de servicios, debido a que el incursionar en estos sectores es más accesible que poder acceder a sectores que requieren de mayor inversión en factores de trabajo como es el caso de las industrias de calzado y metalmecánica conformadas por medianas empresas del sector, que a pesar de incursionar en sectores más complejos, aun presentan dificultades operacionales

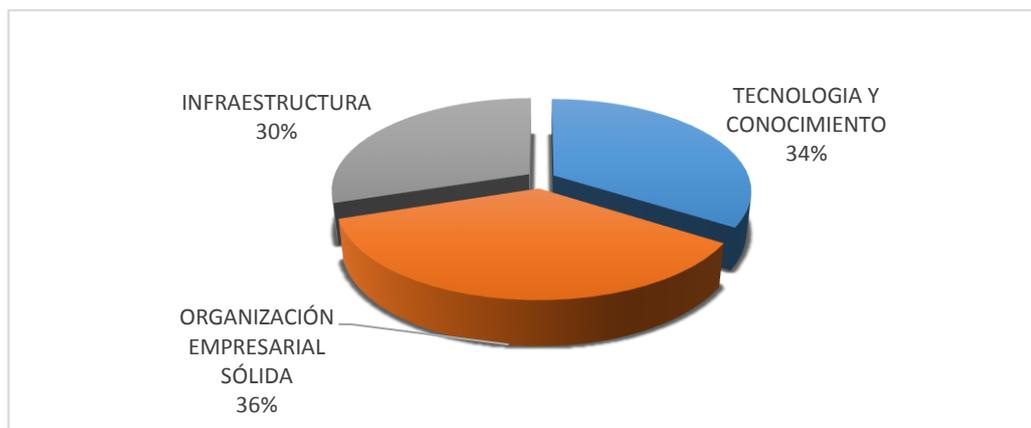
A continuación, se detallan los resultados de cada una de las preguntas destinadas a los elementos de estudio:

Pregunta N°1:

**ELIJA 2 FACTORES QUE CONSIDERE COMO POTENCIALES
VENTAJAS COMPETITIVAS PARA SU EMPRESA**

	FRECUENCIA	%
TECNOLOGÍA Y CONOCIMIENTO	122	34
ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL SÓLIDA	130	36
INFRAESTRUCTURA	108	30
	360	100

*Tabla 9. Frecuencia Pregunta 1
Elaborado por: Tixilema S. (2015)*



*Gráfico 11. Estadístico Pregunta 1.
Elaborado por: Tixilema S. (2015)*

Análisis: El mayor número de empresas consideran como potencial ventaja competitiva a la Organización Empresarial (36%), a la Tecnología y Conocimiento (34%) y a la Infraestructura (30%).

Interpretación: El objetivo al plantear esta pregunta es poder conocer en un inicio a la empresa y determinar en qué factor la empresa puede potenciar su capital.

Dentro de la mayoría de Pymes, llegan a concluir que la organización empresarial consolidada podría ser una ventaja fuerte para cada empresa. Esto se debe principalmente a que las Pymes mantienen un sistema de organización básico, carente de planificación y metodología, por lo que el incorporar estrategias y

metodologías para la operación inteligente sería una panacea para poder desarrollarse internamente.

Por otro lado, la tecnología y conocimiento es una segunda opción para poder potenciar a futuro como una ventaja competitiva en una pymes de la región, debido a que en su mayoría los procesos de producción, distribución y mercadeo de productos no son los adecuados para poder crear competitividad, debido a que por lo general la carencia de este factor permite a una Pyme desperdiciar más recursos que de los que se aprovecha.

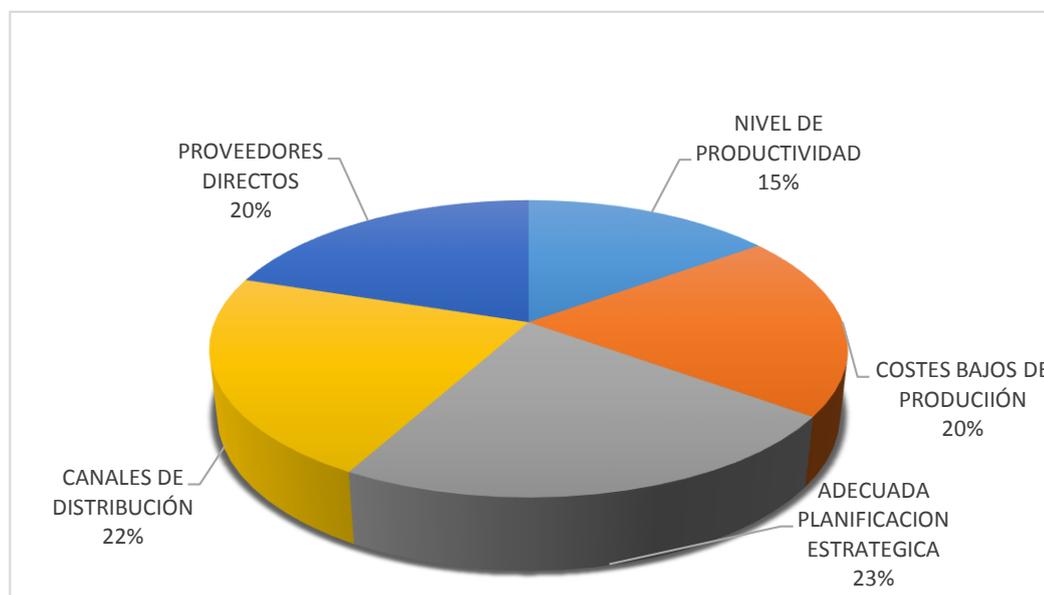
Finalmente, la infraestructura es una opción no tan descartada para empresas que carecen de espacios físicos operativos adecuados como para poder convertirse en empresas de rango competitivo a nivel regional y nacional, este es el caso en particular de las medianas empresas, mismas que cada vez necesitan infraestructuras acorde a su nivel de desarrollo.

Pregunta N°2:

**¿CUÁL ES LA ESTRATEGIA QUE PERMITE A LA EMPRESA
ADQUIRIR UNA VENTAJA COMPETITIVA CON RESPECTO A LAS
DEMÁS EMPRESAS?**

	FRECUENCIA	%
NIVEL DE PRODUCTIVIDAD	54	15
COSTES BAJOS DE PRODUCCIÓN	72	20
ADECUADA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	83	23
CANALES DE DISTRIBUCIÓN	79	22
PROVEEDORES DIRECTOS	72	20
	360	100

*Tabla 10. Frecuencia Pregunta 2
Elaborado por: Tixilema S. (2015)*



*Gráfico 12. Estadístico Pregunta 2
Elaborado por: Tixilema S. (2015)*

Análisis: La mayoría de empresas obtienen sus ventajas competitivas en base a una adecuada planificación estratégica (23%), seguido por un buen manejo de canales de distribución (22%), Costes bajos de producción y la relación de proveedores directos (20%) y por el nivel de productividad (15%).

Interpretación: El objetivo de plantear esta pregunta es poder determinar un factor de competitividad que emplee la empresa para poder diferenciarse de las demás y así se convierta en ente competitivo y de esta forma incentivar a que cada empresa contribuya para consolidar un sector industrial productivo.

En base a los resultados obtenidos, se concluye que a más de poder tener una estructura organizacional sólida también un factor de competitividad es el poder aplicar una planificación estratégica adecuada que guíe a la empresa de acuerdo su situación y giro empresarial.

Dentro de la realidad que viven las Pymes, piensan que el poder llegar a mercados más competitivos también es un factor muy importante, ya que deben competir con productos de importación, por lo que creen que canales adecuados de distribución podrían permitir que las Pymes participen en mercados regionales y nacionales.

Tanto los costos bajos de producción como la proveeduría directa también son factores que guardan cierta importancia para las empresas, su porcentaje es bajo debido a que la mayoría de las empresas son de comercialización y adquieren sus productos de forma directa como lo son los sectores de servicios y de alimentos, sin embargo, las empresas del sector de calzado y metalmecánico consideran como factores fundamentales en sus niveles de producción contar con proveeduría directa para evitar intermediarios y costos adicionales.

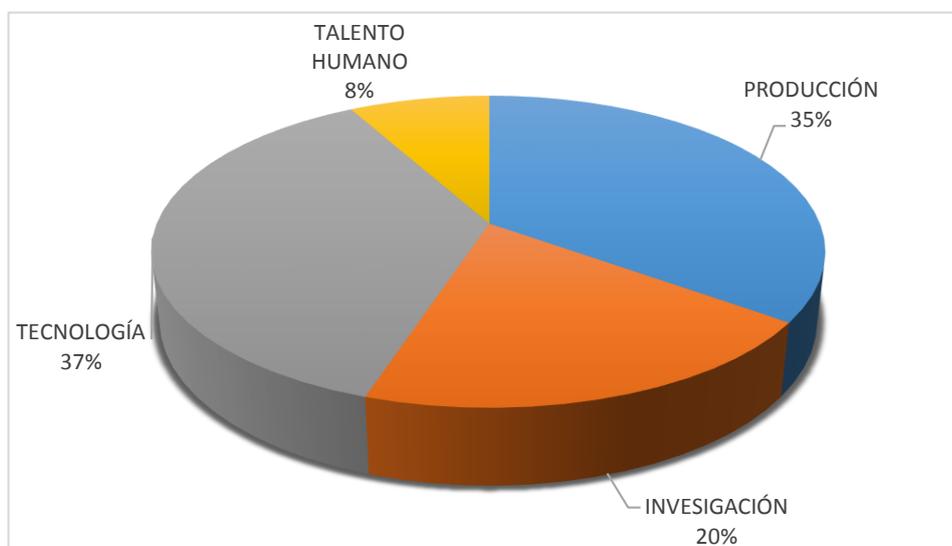
Dentro del nivel de productividad la mayoría de empresas afirman que este factor si bien es importante es el eslabón final de todos los factores analizados anteriormente, pues sostienen que para alcanzar niveles de productividad elevados y sostenibles se necesita mejorar a la organización internamente.

Pregunta N°3:

¿CUÁLES SON LAS 3 ÁREAS INTERNAS QUE REFORZARÍA EN SU EMPRESA CON UN INCENTIVO DE CAPITAL

	FRECUENCIA	%
PRODUCCIÓN	126	35
INVESTIGACIÓN	72	20
TECNOLOGÍA	133	37
TALENTO HUMANO	29	8
	360	100

*Tabla 11. Frecuencia Pregunta 3
Elaborado por: Tixilema S. (2015)*



*Gráfico 13. Estadístico Pregunta 3
Elaborado por: Tixilema S. (2015)*

Análisis: Dentro de las prioridades de la mayoría de empresas se encuentran: Tecnología (37%), Producción (35%), Investigación (20%) y Talento Humano (8%).

Interpretación: El objetivo de analizar esta pregunta es el poder determinar qué área de la empresa es la más vulnerable y en la cual centraría su importancia. Los resultados nos permitirán analizar las necesidades de financiamiento para el desarrollo productivo.

Como parámetro fundamental se llega a la conclusión que las Pymes necesitan reforzar tecnológicamente sus procesos, independientemente del tipo de empresa y del sector al que pertenezcan, debido a que gracias a ello pueden incurrir en un mejor nivel de productividad del que se encuentran.

Consecuentemente, las Pymes determinan que los niveles de producción son un área que podrían reforzar con incentivos de capital, debido a que sostienen que mientras más volumen de producción se desarrolle, la empresa comienza a ser competitiva.

En un plano secundario se encuentra la investigación, que refiere principalmente a nuevas técnicas y metodología tanto de elaboración, producción, mercadeo y comercialización del bien o servicio, ya que concluyen que cada empresa maneja el "Know How" de su operatividad.

Como el área de menos importancia de inversión, las Pymes localizan al talento humano que pueda operar en la empresa, debido a que principalmente las pequeñas y medianas empresas llegan a consolidarse como organizaciones de carácter familiar, mismas que preponderan a la experiencia y al "know how" como factor de talento humano.

Pregunta N°4:

¿CUÁLES SON LAS 3 ÁREAS EXTERNAS QUE PRIORIZARÍA EN SU EMPRESA CON INCENTIVOS FISCALES?

	FRECUENCIA	%
DISMINUCIÓN ARANCELES TRIBUTARIOS	133	37
EXONERACIONES DE IMPUESTOS DE COMERCIALIZACIÓN	97	27
INCENTIVOS A LA INVERSIÓN	130	36
	360	100

Tabla 12. Frecuencia Pregunta 4.
Elaborado por: Tixilema S. (2015)

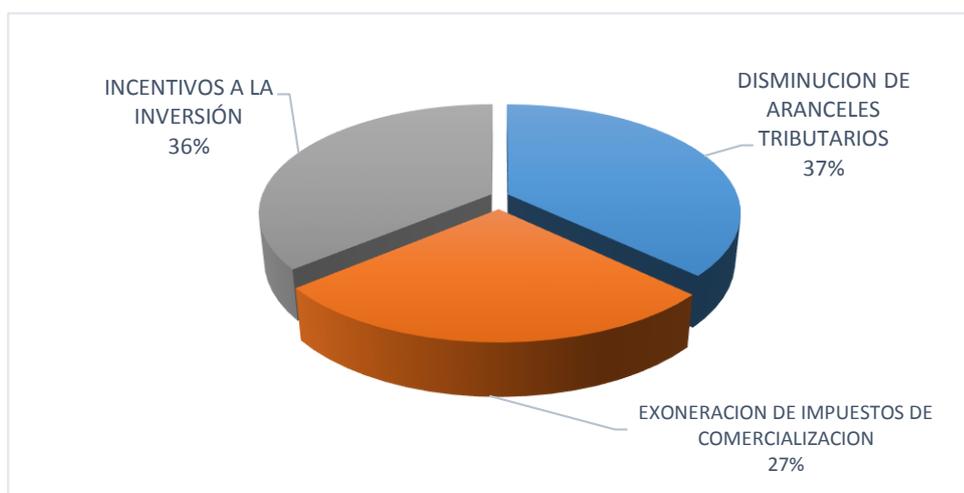


Gráfico 14. Estadístico Pregunta 4.
Elaborado por: Tixilema S. (2015)

Análisis: Otra de las prioridades consideradas por las Pymes son: la disminución de aranceles tributarios (37%), los incentivos a la inversión (36%) y la exoneración de impuestos de comercialización (27%).

Interpretación: El objetivo de esta pregunta es determinar la prioridad que darían a las empresas en poder canalizar potenciales incentivos gubernamentales en favor de sus empresas, para analizar así cuál es el mayor obstáculo que enfrentan.

Como punto principal, las Pymes consideran que la disminución de aranceles tributarios sería un gran comienzo si de tratar de incentivar la competitividad de las empresas se refiere, debido a que para la implementación, supervivencia y desarrollo de una empresa existen varias barreras, entre ellas: impuestos tributarios, de afiliación, de aduanas y de funcionamiento, lo que obligan a centrar sus capitales en la permanencia de los mercados a centrar sus recursos en el desarrollo interno y competitivo de la propia empresa, teniendo como consecuencia la falta de contratación al capital humano.

Además de ello, las Pymes aclaran que es necesario canalizar incentivos a la inversión y consumo de productos nacionales, debido a que sostienen que es menester poder contar con apoyos a los productos que se elaboran dentro de cada una de las industrias, ya no solo como industrias que comercializan productos semielaborados sino que también productos finales que debido a su particularidad pueden llegar a ser considerados como competitivos. Se considera además en este punto que al referirse de inversión no solamente se focaliza en inversiones brutas de capital, sino que afirman que el generar consumo nacional genera también inversión, puesto que el coste de oportunidad de invertir al consumir producto nacional es mucho menor que el de consumir productos sustitutos a mayor precio.

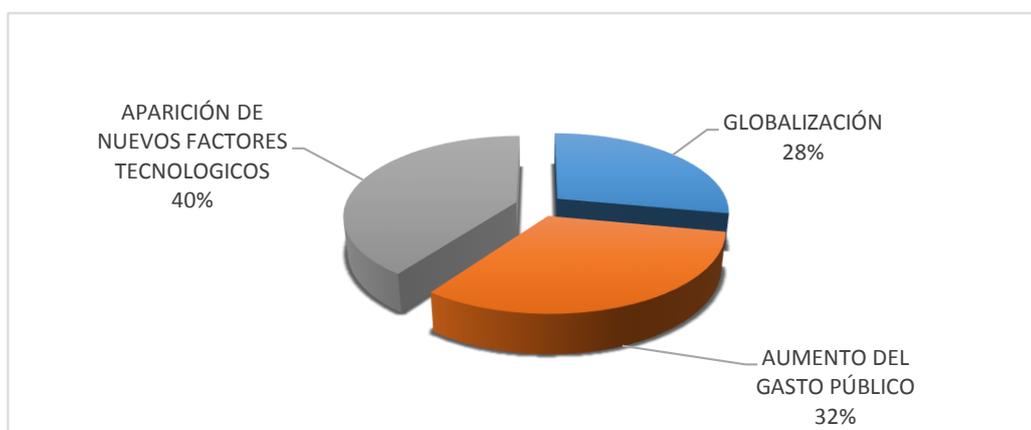
Otro de los factores a considerar es la exoneración de impuestos de comercialización, el cual representa un inconveniente al momento de poder comercializar maquinaria o insumos para la producción.

Pregunta N°5:

**CONSIDERE 2 FACTORES EXTERNOS QUE A SU CRITERIO
INFLUIRIAN DE MANERA POSITIVA EN EL DESEMPEÑO DE SU
EMPRESA**

	FRECUENCIA	%
GLOBALIZACIÓN	101	28
AUMENTO DEL GASTO PÚBLICO	115	32
APOYOS REGIONALES O LOCALES	144	40
	360	100

*Tabla 13. Frecuencia Pregunta 5.
Elaborado por: Tixilema S. (2015)*



*Gráfico 15. Estadístico Pregunta 5
Elaborado por: Tixilema S. (2015)*

Análisis: Según los empresarios, consideran de manera influyente a la aparición de nuevos factores tecnológicos (40%), seguido por el gasto público (32%) y la globalización (28%).

Interpretación: El objetivo de esta pregunta, es poder analizar varios supuestos económicos externos que se suscitan actualmente y la importancia de su repercusión en las Pymes.

Según los empresarios, la aparición de nuevos factores tecnológicos, sería un factor externo que podría mejorar el desempeño, debido a que en el área de las Medianas empresas en sectores un poco más industrializados como es el del calzado y la metalurgia, se incorporarían nuevas y mejoradas técnicas de producción y comercialización a costos más bajos, materias primas de mejor calidad y mucha de las veces a menor precio. De igual manera, las industrias de servicios y de alimentos podrían mejorar en procesos de procesamiento y conservación del producto o a su vez en el mejoramiento de técnicas de mercadeo y marketing evitando así tiempos muertos y gastos innecesarios.

Se considera al aumento del gasto público que se genera actualmente, esto es ponderado como un factor positivo debido a que últimamente el gobierno se ha enfocado en mejorar las diferentes formas de comunicación, sean viales, informáticas o de telecomunicaciones, lo que refuerza el desempeño de la empresa en los procesos de expansión de mercado y distribución de los productos

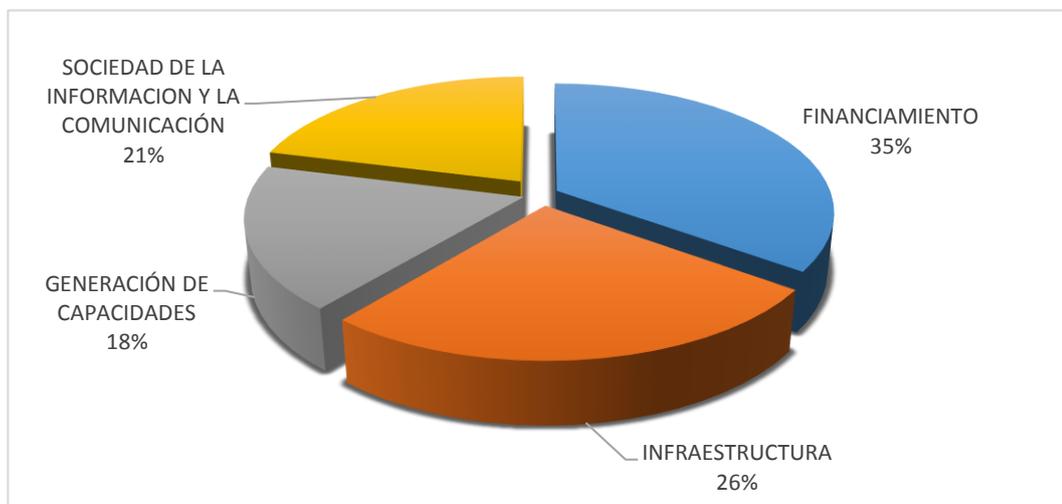
Por otra parte, la evolución de la globalización es considerada como una oportunidad de competitividad, puesto que en los últimos años han podido comercializar sus productos por medio de varios medios de comunicación y distribuirlos fácilmente. La interacción frecuente y diversificada permite a las Pymes poder abrirse a mercados específicos. Sin embargo aún se mantiene a la globalización como un tabú, en el cual se sostiene que los productos internacionales podrían quitar protagonismo a las industrias locales.

Pregunta N°6:

¿CUÁL DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS ORIENTADAS A LAS SIGUIENTES ÁREAS DE INTERVENCIÓN CONSIDERA QUE ES FUNDAMENTAL DENTRO DE SU EMPRESA?

	FRECUENCIA	%
FINANCIAMIENTO	126	35
INFRAESTRUCTURA	94	26
GENERACIÓN DE CAPACIDADES	64	18
SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	76	21
	360	100

*Tabla 14. Frecuencia Pregunta 6.
Elaborado por: Tixilema S. (2015)*



*Gráfico 16. Estadístico Pregunta 6.
Elaborado por: Tixilema S. (2015).*

Análisis: Dentro de las políticas que los empresarios consideran fundamentales en primera estancia son: Financiamiento (35%) e Infraestructura (26%), por otro lado, tenemos a la sociedad informativa y la comunicación (21%) y la generación de capacidades (18%).

Interpretación: El objetivo de esta pregunta es conocer cuál de las siguientes áreas de intervención de las que apoya el gobierno es la más comúnmente aceptada por los empresarios y cual consideran como la más imprescindible.

Según los empresarios, los niveles de financiamiento son muy estables en lo que requiere el montaje de una pequeña o mediana empresa, consideran que es una de las políticas más fuertes que tiene el gobierno al momento de incentivar la industria nacional.

Además de eso, con respecto a la infraestructura se determina que no es tan importante como se cree, debido a que la mayoría de pequeños y medianos empresarios buscan empezar con infraestructura propia, es decir, montar negocios en edificios o terrenos propios para evitar incursionar en gastos anticipados.

Los empresarios consideran que las nuevas técnicas de información y comunicación (NTICS), son fundamental ayuda que ha generado el gobierno para el avance de las empresas, puesto que como se explicó anteriormente, da nuevas fuentes de adquisición de insumos y distribución del producto. Lamentablemente el caso no se aplica en empresas de este tipo, debido a que el gobierno solamente da ayudas y apoyos para la creación de empresas, pero no existe una ayuda continua para poder hacer de una Pyme una empresa sostenible.

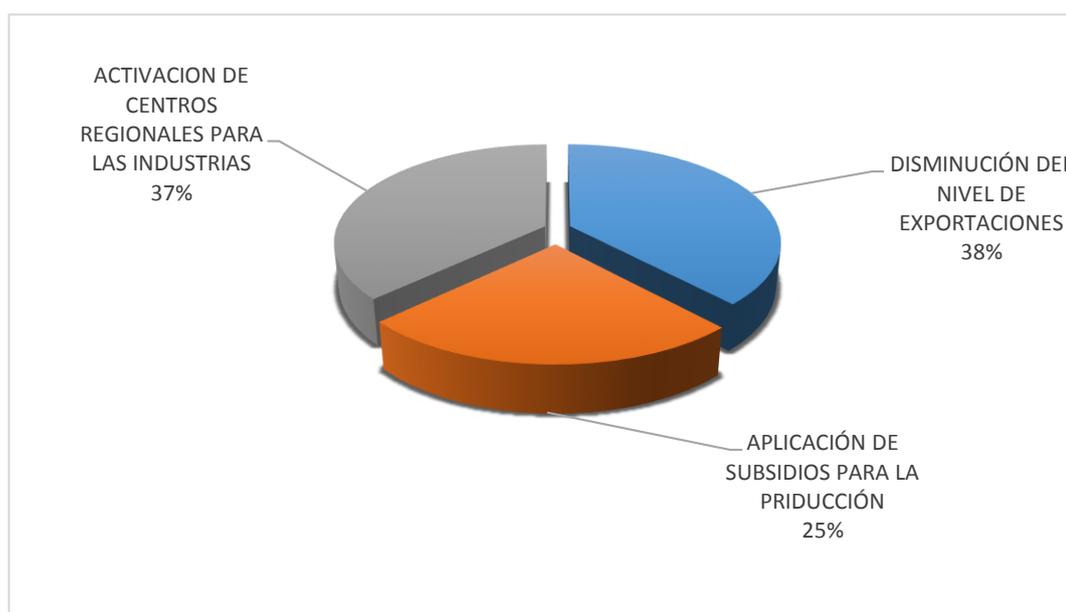
Finalmente, consideran que la generación de las capacidades competitivas no es una política predominante, debido a que no existen organizaciones gubernamentales que ayuden a las empresas a emprender.

Pregunta N°7:

DE LAS SIGUIENTES MEDIDAS PROTECCIONISTAS, ¿CUÁL CONSIDERA EL MAS IMPORTANTE PARA FOMENTAR LA PRODUCCIÓN NACIONAL?

	FRECUENCIA	%
DISMINUCIÓN DEL NIVEL DE IMPORTACIONES	137	38
APLICACIÓN DE SUBSIDIOS PARA LA PRODUCCION	90	25
ACTIVACION DE CENTROS REGIONALES PARA LAS INDUSTRIAS	133	37
	360	100

*Tabla 15. Frecuencia Pregunta 7.
Elaborado por: Tixilema S. (2015).*



*Gráfico 17. Estadístico pregunta 7.
Elaborado por: Tixilema S. (2015).*

Análisis: Dentro de las más importantes se encuentran la disminución del nivel de exportaciones (38%) y la activación de centros regionales para las industrias (37%) así como la aplicación de subsidios para la producción (25%).

Interpretación: El objetivo de esta pregunta es conocer cuál de las siguientes medidas del gobierno puede proteger y mejorar las industrias locales.

Como primer factor y en acuerdo total con las medidas tomadas, los empresarios piensan que la disminución del nivel de exportaciones es una medida proteccionista adecuada, puesto que como señalan, las Pymes pueden generar competitividad y protagonismo a nivel nacional.

Por otro lado, varios empresarios consideran que una medida de protección industrial sería incentivar a los sectores industriales, es decir, no permitir que las empresas cumplan un ciclo de vida apresurado y que puedan sostenerse en el tiempo. Esto principalmente debido a que algunas Pymes han llegado hasta un cierto tiempo y se ven forzadas a perecer por la escasa actividad económica.

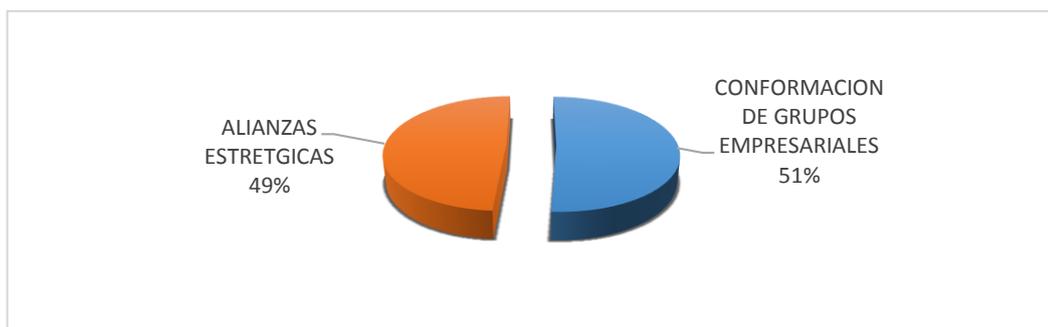
Además de ello, la aplicación de subsidios para la producción no es una medida tan primordial para los empresarios, puesto que comentan que las medidas proteccionistas deben guiarse más a las industrias que a las empresas de forma individual.

Pregunta N° 8:

**¿CUÁL CONSIDERARIA COMO LA MAS APROPIADA PARA PODER
GENERAR UN ADECUADO DESARROLLO INDUSTRIAL?**

	FRECUENCIA	%
CONFORMACION DE GRUPOS EMPRESARIALES (CLUSTERS)	184	51
ALIANZAS ESTRATEGICAS	176	49
	360	100

*Tabla 16. Frecuencia Pregunta 8.
Elaborado por: Tixilema S. (2015)*



*Gráfico 18. Estadístico Pregunta 8.
Elaborado por: Tixilema S. (2015).*

Análisis: La mayoría de empresas consideran como factor importante a la conformación de grupos empresariales (51%), tomando en cuenta también a las alianzas estratégicas (49%).

Interpretación: El objetivo de esta pregunta es conocer la opinión de las empresas para poder fortalecer la industria y por consecuencia el nivel de productividad de cada empresa.

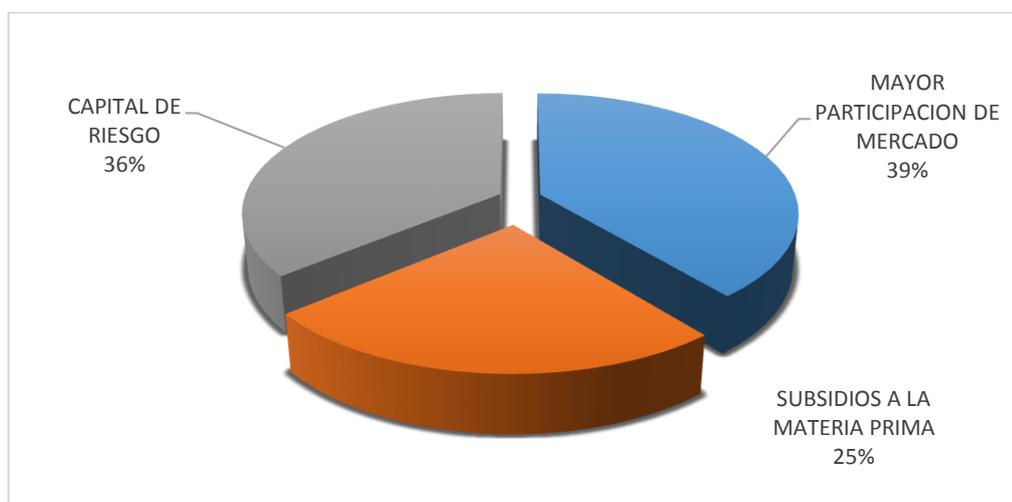
La mayor parte de Pymes tienen la seguridad de que la conformación de grupos empresariales o "clústers" fomentaría las creaciones de sectores e industrias económicas fuertes, debido al sostenimiento y la sinergia que producirían dos o más empresas en una zona y persiguen los mismos objetivos en común.

Pregunta N°9:

DE LOS SIGUIENTES INCENTIVOS ¿CUÁL DE ELLOS APLICARIA A SU EMPRESA?

	FRECUENCIA	%
MAYOR PARTICIPACION DE MERCADO	140	39
SUBSIDIOS A LA MATERIA PRIMA	90	25
CAPITAL DE RIESGO	130	36
	360	100

*Tabla 17. Frecuencia Pregunta 9.
Elaborado por: Tixilema S. (2015)*



*Gráfico 19. Estadístico Pregunta 9.
Elaborado por: Tixilema S. (2015).*

Análisis: Entre los incentivos más importantes para las empresas se ubican: Mayor participación de mercado (39%), capital de riesgo (36%) y los subsidios para la materia prima (25%).

Interpretación: El objetivo de esta pregunta es conocer el estado productivo en el que se encuentran las Pymes, es decir, determinar qué es lo que más necesitan, reforzar su capital, comercializar su producto o reforzarlo.

La mayoría de las Pymes se decantan por obtener una mayor participación en el mercado debido a que la mayoría de pequeñas y medianas empresas fabrican productos artesanales, los cuales en base al giro del negocio necesitan comercializarse rápidamente. En cuanto a las medianas empresas, también necesitan poder participar en mercados un poco más extensos, debido a su necesidad de que los consumidores conozcan y se decidan por productos de buena calidad y a costos más convenientes.

Con lo que respecta al capital de riesgo, una gran parte de empresarios desearían aplicarlo, debido a que es una fuente de financiamiento muy estimulante, ya que lo aplicarían principalmente para aumentar los volúmenes de producción.

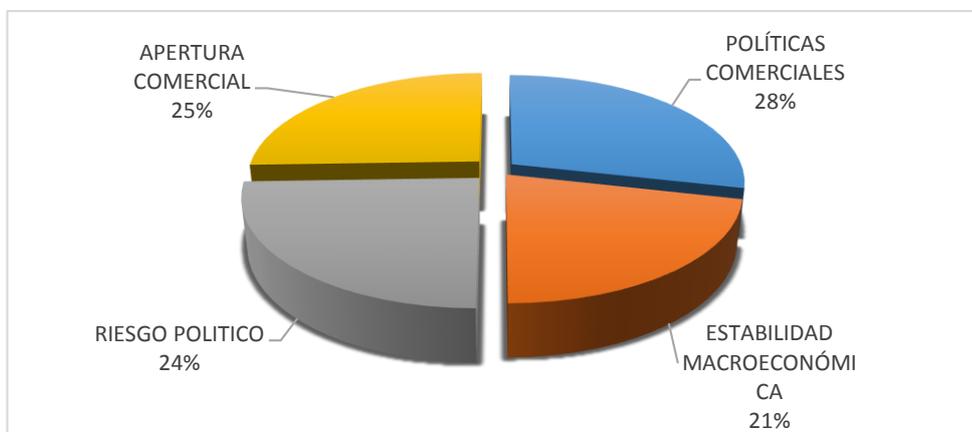
Finalmente, las empresas creen que los subsidios a la materia prima no son muy necesarios, puesto que las materias primas que se adquieren por lo general se encuentran en el país, a excepción de casos como maquinaria o tecnología.

Pregunta N°10:

¿CUAL DE LOS SIGUIENTES FACTORES CONSIDERA USTED QUE ES DETERMINANTE PARA PODER GENERAR UN PAÍS COMPETITIVO?

	FRECUENCIA	%
POLITICAS COMERCIALES	108	30
ESTABILIDAD MACROECONÓMICA	76	21
RIESGO POLÍTICO	86	24
APERTURA COMERCIAL	90	25
	360	100

*Tabla 18. Frecuencia Pregunta 10.
Elaborado por: Tixilema S. (2015).*



*Gráfico 20. Estadístico Pregunta 10.
Elaborado por: Tixilema S. (2015).*

Análisis: Dentro de los más importantes aspectos considerados por las empresas se encuentran: Políticas comerciales (28%), apertura comercial (25%), riesgo político (24%) y estabilidad macroeconómica (21%).

Análisis: El objetivo de esta pregunta es para poder tener un panorama de opinión de a como las Pymes consideran al país y de que determinantes serían los adecuados para hacerlo competitivo.

Como primer y más fuerte determinante las Pymes consideran que un país con adecuadas políticas comerciales, referente a protecciones arancelarias y tasas de

impuestos corporativas generarían un nivel de competitividad adecuado para las empresas, industrias y sectores del país, haciéndole competitivo mediante el desarrollo de sus empresas.

Además, refuerzan aquello con que se regule la apertura comercial con respecto a los niveles de importación y exportación que hay actualmente en el país. Si bien es cierto, el gobierno ha generado programas para poder participar en procesos de exportación, pero también es necesario abrirse mercado internamente para poder sustituir las importaciones innecesarias de raíz.

Otro de los factores a considerar como condicionante competitivo es el riesgo político que conlleve el país, debido a que según parte de los empresarios, es el gobierno quien se convierte en un canalizador o un evasivo ente responsable de la inversión extranjera. Además de que es importante de que el país mantenga en equilibrio factores como la seguridad, empleo, democracia, etc.

Como último punto, consideran los empresarios que la estabilidad macroeconómica también es un factor de cuidado, debido a que altos niveles de inflación o constantes tipos de cambio o devaluaciones monetarias pueden perjudicar la comercialización de materias primas y de productos terminados.

4.2. Interpretación de datos.

Analizadas cada una de las preguntas, se tiene como aspectos importantes los siguientes aspectos:

Dentro de la región administrativa 3 se encuentra una gran cantidad de pequeñas y medianas empresas que se dedican principalmente al sector alimenticio, seguido del sector de servicios, calzado y metalmecánica entre los más importantes.

Un gran número de empresas de esta región considera que el gobierno es el fundamental actor con respecto al dinamismo de la economía de las pequeñas y grandes empresas y aunque afirman que a pesar de las ayudas por parte del gobierno hacia las Pymes, es canalizada solamente para la creación de las mismas. Sin embargo muchos pequeños empresarios consideran que todavía no existen fuentes

de financiamiento necesarias como para crear y/o desarrollar una empresa, debido a que las fuentes de crédito son escasas para una pequeña empresa con relación a medianas y grandes empresas, debido a la falta de garantías. Por otro lado, las empresas se ven respaldadas por las medidas de política económica y comercial que se han tomado para motivar a la producción de los sectores estratégicos.

Un factor determinante para el desarrollo de las Pymes se enfatiza en la mejora de los procesos operativos empresariales, en base a la aplicación de innovación, tecnología y conocimientos, ya que se sostiene que son los principales factores para que una Pyme salga del mercado, debido a la falta de apoyo gubernamental para poder desarrollar y evolucionar una idea de mercado. Por otro lado, la necesidad de protagonismo en los mercados nacionales para poder sustituir las exportaciones y generar desarrollo productivo y económico.

En base a los estudios y leyes citadas anteriormente, aseguran y afirman la necesidad de enfocar recursos hacia el desarrollo de las Pymes, sobretodo de aquellas que se especializan en los sectores e industrias involucradas en el cambio de la nueva matriz productiva. Afortunadamente, las teorías son consistentes en base a la investigación y resultados obtenidos frente a la realidad de las empresas.

4.3. Verificación de la Hipótesis.

4.3.1. Planteo de Hipótesis.

Modelo lógico.

H₀: No hay incidencia de los incentivos gubernamentales en las Pymes.

H₁: Si hay incidencia de los incentivos gubernamentales en las Pymes.

Modelo Matemático

H₀: Observadas = Esperadas; Observadas – Esperadas = \emptyset

H₁: Observadas \neq Esperadas; Observadas – Esperadas \neq \emptyset

Modelo Estadístico

$$\chi^2 = \sum \frac{(o-e)^2}{e}$$

4.3.2. Regla de Decisión.

REGLA DE DECISION

1-0,95; 0,05; α 0,05

gl: (c-1)(f-1)

gl: (4-1)(3-1)

gl: 6

CALCULO CHI CUADRADO TABULAR

12,59158724

4.3.3. Cruce de Variables.

¿CUÁLES SON LAS 3 ÁREAS EXTERNAS QUE PRIORIZARÍA EN SU EMPRESA CON INCENTIVOS FISCALES?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DISMINUCIÓN ARANCELES TRIBUTARIOS	133	0,37
EXONERACIONES DE IMPUESTOS DE COMERCIALIZACIÓN	97	0,27
INCENTIVOS A LA INVERSIÓN	130	0,36
TOTAL	360	1

¿CUAL DE LOS SIGUIENTES FACTORES CONSIDERA USTED QUE ES DETERMINANTE PARA PODER GENERAR UN PAÍS COMPETITIVO?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
POLITICAS COMERCIALES	108	0,30
ESTABILIDAD MACROECONÓMICA	76	0,21
RIESGO POLÍTICO	86	0,24
APERTURA COMERCIAL	90	0,25
TOTAL	360	1

*Tabla 19. Interrogantes de las Variables
Elaborado por: Tixilema S. (2015)*

INCENTIVOS GUBERNAMENTALES	COMPETITIVIDAD				TOTAL
	POLITICAS COMERCIALES	ESTABILIDAD MACROECONÓMICA	RIESGO POLÍTICO	APERTURA COMERCIAL	
DISMINUCIÓN ARANCELES TRIBUTARIOS	41	30	37	27	135
EXONERACIONES DE IMPUESTOS DE COMERCIALIZACIÓN	29	19	29	26	103
INCENTIVOS A LA INVERSIÓN	38	27	20	37	122
TOTAL	108	76	86	90	360

*Tabla 20. Ponderación de Variables.
Elaborado por: Tixilema S. (201*

	O	E	O-E	(O-E) ²	(O-E) ² /E
DISMINUCIÓN ARANCELES TRIBUTARIOS	41	40,50	0,50	0,25	0,01
EXONERACIONES DE IMPUESTOS DE COMERCIALIZACIÓN	29	30,90	-1,90	3,61	0,12
INCENTIVOS A LA INVERSIÓN	38	36,60	1,40	1,96	0,05
DISMINUCIÓN ARANCELES TRIBUTARIOS	30	28,50	1,50	2,25	0,08
EXONERACIONES DE IMPUESTOS DE COMERCIALIZACIÓN	19	21,74	-2,74	7,53	0,35
INCENTIVOS A LA INVERSIÓN	27	25,76	1,24	1,55	0,06
DISMINUCIÓN ARANCELES TRIBUTARIOS	37	32,25	4,75	22,56	0,70
EXONERACIONES DE IMPUESTOS DE COMERCIALIZACIÓN	29	24,61	4,39	19,31	0,78
INCENTIVOS A LA INVERSIÓN	20	29,14	-9,14	83,62	2,87
DISMINUCIÓN ARANCELES TRIBUTARIOS	27	33,75	-6,75	45,56	1,35
EXONERACIONES DE IMPUESTOS DE COMERCIALIZACIÓN	26	25,75	0,25	0,06	0,00
INCENTIVOS A LA INVERSIÓN	37	30,50	6,50	42,25	1,39

**CHI CUADRADO
7,75
CALCULADO**

*Tabla 21. Cálculo del Chi Cuadrado.
Elaborado por: Tixilema S. (2015).*

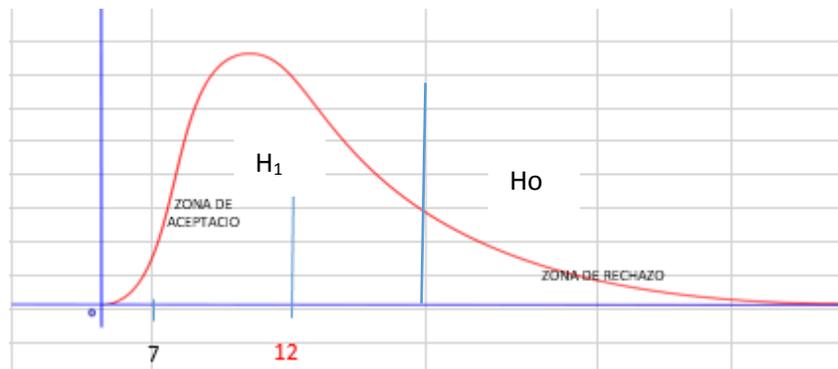


Gráfico 21. Estadístico del Chi Cuadrado. (Campana de Gauss)
Elaborado por: Tixilema S. (2015).

Se concluye que:

Como el chi cuadrado calculado es de 7,75 y es inferior al chi cuadrado tabular de 12,59, se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula es decir; no hay diferencia significativa, por lo tanto no hay diferencia estadística significativa entre los incentivos gubernamentales y su relación con la capacidad competitiva de las Pymes de la región administrativa 3 del Ecuador, lo que señala que existe correlación entre las variables.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones.

Una vez obtenidos y analizados los resultados sobre los análisis de los incentivos gubernamentales y su incidencia en la capacidad competitiva de las Pymes, además de aceptar la hipótesis planteada, podemos concluir lo siguiente:

En la región, se encuentra un porcentaje alto de Pymes de tipo pequeño, es decir, que están empezando sus actividades productivas en condiciones básicas a lo referente en planificación, producción y distribución de sus productos. Por otro lado, existe un porcentaje muy bajo de medianas empresas, mismas que si bien tienen cierto desarrollo operacional con respecto de las pequeñas empresas, pero aún tienen que afrontar problemáticas como el pago de impuestos, tributación y comercialización en mercados competitivos.

Debido a que las Pymes por lo general comienzan sus actividades de forma empírica, no aplican inicialmente una planificación de trabajo, lo cual retrasa y estanca el desarrollo a mediano plazo, causando recesión económica dentro de las empresas, incurriendo en gastos adicionales. Sin embargo, debido a los cambios constantes de preferencias y ambientes económicos a nivel nacional e internacional, las empresas se ven en la necesidad de planificar sus actividades para poder así destinar sus recursos a la mejora de la empresa y no a su supervivencia.

Además, la mayoría de Pymes aseguran que de tener la oportunidad reforzarían las áreas de tecnología y producción, debido a que sostienen que al reforzar dichas áreas pueden aumentar los volúmenes de producción y mejorar la calidad de sus productos en tiempos reducidos, ya que en la actualidad varias de las empresas utilizan técnicas y procesos básicos de operación y distribución de productos terminados.

Por otro lado, las Pymes afirman que los incentivos a la creación de empresas es muy loable, pero lamentablemente cuestionan la falta de apoyos para el sostenimiento en el mercado de las mismas, puesto que muchas empresas se han visto en la obligación de cesar funciones debido a falta de tecnificación y bajos niveles de producción, pagos de tributos en lo que respecta a seguros sociales e impuestos. Por otro lado, piensan que una sustitución de productos de importación sería una gran ventaja puesto que certifican que varios productos nacionales pueden llegar a ser competitivos, por lo que también opinan que es menester dar paso a las empresas nacionales de poder ganar protagonismo a nivel nacional.

Finalmente, los empresarios aseguran que dentro de los determinantes para un sano desarrollo competitivo entre las empresas se de en el país es que exista seguridades y garantías económicas y políticas, referentes a aranceles, programas de apoyo a las Pymes, canalización de inversión extranjera, seguridad social sólida, etc.

5.2. Recomendaciones.

- Indiferentemente del tipo de empresa que llegue a ser una Pyme, sea esta pequeña o grande, debe realizar una adecuada planificación estratégica de sus futuras operaciones, conocer la situación de la empresa, programar periodos, costos e inversiones, para así prevenir eventualidades a lo que concierne en producción, distribución y comercialización de sus productos.
- Una forma adecuada de poder generar competitividad entre empresas, es creando lazos estratégicos para poder obtener apoyo sea en capital humano, logística o tecnificación de procesos.
- En un trabajo conjunto entre el gobierno central y los diferentes entes rectores de la economía, reforzando los programas de comercialización nacional e internacional, darían paso a que las Pymes puedan ganar protagonismo en mercados competitivos, incentivando así a las demás Pymes a establecer parámetros de calidad cada vez mejores.

- El establecimiento de políticas comerciales solidarias referente al subsidio o incentivo al desarrollo técnico de cada Pyme, contribuiría al incremento del PIB del país, excluyendo así la necesidad de importar ciertos productos de fabricación nacional. Además de ello, el establecimiento de tarifas de contribución especiales, darían paso para la canalización de recursos en inversiones de capital.
- Formular un proyecto de creación de un centro de servicios empresariales orientado al desarrollo de las Pymes en áreas técnicas de procesos y procedimientos genéricos de gestión empresarial, gestión de operaciones, marketing, planificación estratégica y metodologías de producción avanzadas, con el fin de crear empresas competitivas.

CAPÍTULO VI

LA PROPUESTA

6.1. DATOS INFORMATIVOS

Título:

Proyecto de implementación de un centro de servicios empresariales orientado al desarrollo y mejora de las capacidades competitivas de las Pymes de la región administrativa 3 del Ecuador.

Institución Ejecutora

- Ministerio de Inclusión Económica y Productiva.

Beneficiarios

- Pequeñas y medianas empresas de la región 3 del Ecuador.
- Sectores Productivos de la región.
- Región centro del país, empresarios, inversionistas, mercados nacionales y comunidad en su conjunto.

Ubicación

Cantón de Ambato, provincia de Tungurahua (Capital administrativa de la región)

Tiempo estimado para la ejecución

Primer semestre 2016

Equipo técnico responsable

- El investigador.

- El tutor de investigación.
- Técnicos especialistas en áreas de producción, tecnología y gestión empresarial.
- Consejos Provinciales.

Costo

\$ 26.000 USD

6.2. Antecedentes.

Antecediendo a lo propuesto y culminado el proceso de investigación; se determinó que las Pymes de la región administrativa 3 del Ecuador presentan dificultades de operación y desarrollo generados por la falta de apoyo constante por parte de organismos gubernamentales, dando como resultado la escasa productividad, la inoperancia y cierre de las mismas, lo que genera recesión económica a nivel provincial y regional.

A pesar de que el gobierno central ha concentrado políticas económicas a favor de la creación de empresas, la sostenibilidad ha sido preocupante debido a las reducidas garantías de participación y progreso, por lo cual es necesario contribuir y dedicar incentivos a este sector clave de la economía popular y solidaria.

Las empresas de la región afirman que los incentivos que necesitan deben ser dirigidos hacia la innovación de procesos y la reducción de tributos, pues son dos factores necesarios para poder generar competitividad, ya que el coste de oportunidad entre tributos y tecnología es muy alto.

En este sentido, son varios los autores que han señalado que las políticas de incentivos tributarios han sido efectivas únicamente cuando se han establecido en países con cierta estabilidad política y económica, con seguridad jurídica, que cuentan con mano de obra calificada, con un buen nivel de infraestructura y con cierta apertura comercial, es por

ello que se pretende generar un cambio desde el aspecto microeconómico, mismo que consiste en mejorar la competitividad de las Pymes.

La importancia de las Pymes no reside únicamente en su potencial redistributivo y su facultad para crear empleo, también cuenta su amplitud competitiva al ser incorporada al mercado en circunstancias ordenadas. El desenvolvimiento de este grupo de la economía en el país se ha catalogado por una gran variedad de decisiones efectuadas por una gran cantidad de actores; sin embargo, en la dimensión que la microempresa se difunda en importancia en la economía, también aumentará la demanda de servicios de apoyo a este sector por parte del estado y de instituciones públicas y privadas, cooperación internacional y asociaciones, entre estos demanda de servicios se encuentra el financiamiento.

- Existe una problemática marcada en nuestro medio con respecto al financiamiento de las Pymes la que se puede resumir de la siguiente manera:
- En nuestro país, no existe una oferta estructurada de financiamiento para las PYMES; recién en los últimos años se han creado entidades financieras especializadas para estas empresas. Pero el empresario por su falta de cultura financiera no toma estas opciones. Existe demasiada informalidad en los propietarios de las PYMES
- Problemas de escasez de trabajadores calificados, la Adaptación tecnológica y los recursos financieros
- Los dueños o propietarios generalmente no están dispuestos a desarrollar un sistema administrativo que les permita visualizar su empresa a largo plazo.

Las dificultades de obtener un crédito no se relaciona únicamente con el hecho de que las Pymes no estén en posibilidad de acceder a fondos mediante un procedimiento financiero, de hecho sería posible confiar en que de solucionarse esto, los proyectos no serían en su totalidad financiados automáticamente. Las auténticas dificultades suceden en ocasiones en las que un proyecto rentable a la tasa de interés prevaleciente, no se

efectiviza (o es restringido) porque el empresario no consigue fondos del mercado, por las situaciones expuestas anteriormente.

La región administrativa central carece de centros de soporte técnico dirigido a las Pymes, quienes en su mayoría emplean métodos básicos de gestión empresarial, por lo que se pretende incentivar mediante la presente propuesta, el empleo de nuevas técnicas productivas, así como el planteamiento de inversiones y contribuciones de capital enfocadas a la adquisición de tecnología para las pymes del sector.

6.3. Justificación.

El proyecto propuesto es innovador, puesto que si bien es cierto se han analizado factores de competitividad a nivel empresarial, sectorial o provincial; en cambio, lo que se pretende desarrollar está enfocado en un análisis de ventajas y desventajas a nivel regional para determinar la capacidad competitiva de las empresas y sectores que en ella se ubican, contrastada con factores gubernamentales para poder contribuir al desarrollo de un sector importante con lo que respecta al modelo de economía popular y solidaria y a la propuesta del cambio de la nueva matriz productiva del país.

Debido a la magnitud de estudio, la investigación deja un precedente para futuras investigaciones para analizar la competitividad de otras regiones del país, así como para determinar la incidencia de factores macroeconómicos en el ambiente operativo de las industrias y empresas y su repercusión en el desarrollo económico local, regional y nacional.

Por otro lado, se busca contribuir con nuevos conocimientos acerca de la relación que guardan los agentes económicos internos y externos de una empresa con su capacidad competitiva y el efecto que pueden llegar a generar a niveles macro.

El propósito radica en contribuir y mejorar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas y la productividad de la región, creando un desarrollo sustentable y sostenible para las Pymes y la economía nacional.

6.4. Objetivos.

Objetivo general.

Implementar un centro de servicios empresariales orientado al desarrollo y mejora de las capacidades competitivas de las Pymes de la región administrativa 3 del Ecuador.

Objetivos específicos.

- Desarrollar el proceso de implementación del centro de servicios empresariales.
- Delimitar a qué tipo de empresas va dirigido el proyecto.
- Capacitar y asesorar a las Pymes en el proceso de gestión empresarial.

6.5. Análisis de Factibilidad.

6.5.1. Económica.

Dentro de la perspectiva económica, la creación de un centro de desarrollo empresarial es una estrategia que se alinea al cambio de la nueva matriz productiva, ya que al contribuir con el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas se puede generar mayor riqueza para el país y a la contribución del mejoramiento de la calidad de vida de los beneficiarios debido a la naturaleza innovadora y de gran potencial que representa el sector de las Pymes.

En la actualidad, la economía depende principalmente de los ingresos provenientes de la exportación de petróleo, sin embargo es adecuado el buscar otras alternativas viables que permitan aprovechar el potencial de la región.

Además, al considerarse un nivel microeconómico desde el punto de las Pymes, la realización del proyecto significaría una contribución hacia las mismas, puesto que partiendo del coste de oportunidad entre inversión- asesoría, destinarían mayor nivel de capital para la innovación y tecnología.

6.5.2. Política y Legal.

Dentro del marco legal de lo que se ha señalado anteriormente, el proyecto viene respaldado por leyes y estatutos que además de proteger la producción nacional, incentivan la participación, protagonismo y mejora de un sector social productivo importante dentro del modelo económico de desarrollo actual, mismo que están contemplados principalmente dentro del Código Orgánico de la Producción.

El objetivo principal de este código es el fomento a los actores productivos e incentivo de la inversión a través del establecimiento de un marco jurídico confiable que permita el desarrollo de la actividad productiva en el país. Estarán sujetas a su cumplimiento todas las personas naturales, personas jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

Fomento a las Pequeñas y Medianas Empresas.

Se establece el Consejo Sectorial de la Producción, como órgano regulador de las micro, pequeñas y medianas empresas. Este órgano tendrá como atribuciones y deberes principalmente:

- Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos que incentiven el desarrollo de las Pymes.
- Establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno.
- Autorizar la creación y supervisar el desarrollo establecimientos tales como: centros de desarrollo Pymes, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o laboratorios, requeridos para fomentar el desarrollo de este sector.
- Promover la participación de las Pymes en el comercio internacional mediante la coordinación con organismos especializados, públicos y privados en

programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción comercial.

- Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción a fin de fortalecer a las Pymes.

De los Mecanismos de Desarrollo Productivo para las Pymes se establece que las instituciones públicas estarán obligadas a aplicar el principio de inclusión en sus adquisiciones con el fin de fomentar a las mismas, para lo cual deben:

- Proporcionar de todas las facilidades a las Pymes para que cuenten con una adecuada información sobre los procesos en los cuales pueden participar y procurar la simplificación de los trámites a las Pymes para intervenir como proveedores del Estado.
- Definir dentro del plan anual de contrataciones de las entidades del sector público, los bienes, servicios y obras que puedan ser suministrados y ejecutados por las Pymes.

Se crea el Registro Único de las Pymes, el cual su administración estará a cargo del Consejo Sectorial de la Producción; este registro permitirá:

- Identificar y categorizar a las empresas Pymes de producción de bienes, servicios o manufactura.
- Generar una base de datos que permitirá contar con un sistema de información del sector, de aquellas Pymes que participen en programas públicos de promoción y apoyo a su desarrollo, o que se beneficien de los incentivos de este código.

Por lo tanto, dentro de lo que respecta a la factibilidad legal del proyecto, en base a los estatutos descritos, es posible dar paso al desarrollo del mismo.

6.6. Fundamentación científico-técnica

6.6.1. Pymes

El término de pequeña y mediana empresa (PYME) ha adquirido un significado diferente. La mayoría de las veces, estas empresas son clasificadas de acuerdo a sus ingresos y monto de facturación anual. También se toman en cuenta otros factores como el tamaño, volumen de negocios, número de empleados y balance general. Se puede decir que una PYME es aquella que maneja una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción, de comercialización de bienes o de prestación de servicios.

En el Ecuador según el artículo 428 de La ley de Compañías (2012), establece que: “las pequeñas empresas pueden ser asociaciones de formalidades. Y a su vez exige que todas estas unidades económicas deban cumplir con lo establecido en la Ley de Régimen Tributario Interno y RUC”.

Iniciar operativamente un negocio pequeño en Ecuador, es relativamente fácil, no así su alta cantidad de trámites legales y fiscales. El conocimiento de leyes y reglamentos que norman el funcionamiento de los negocios, es conocido por un alto porcentaje de los pequeños empresarios. Para la creación y desarrollo de un sector PYME, es necesaria la existencia de un marco normativo y legal que sea el principal factor que aliente la creación de estas en un ambiente de iniciativa y libertad de emprender y que se modifique la legislación actual, ya que esta está inspirada en un modelo de industrialización y comercialización planificada de la mediana y grande empresa, capaz de soportar el conjunto de leyes, reglamentos permisos e impuestos vigentes. Además, es importante que las leyes del Seguro Social, Banco Central Superintendencia de Compañías, Superintendencia de Bancos, Ministerio de Relaciones laborales y SRI consideren las diferencias entre PYME y grandes empresas.

6.6.2. Clasificación general de las Pymes

Las PYMES constituyen en el Ecuador la fuente del desarrollo social en cuanto a producción, demanda y compra de productos o simplemente por valor agregado, lo que significa que se ha convertido en un factor indispensable para generar riqueza y empleo.

A continuación se presenta un cuadro en el que se dan a conocer los diferentes tipos de empresas que existen y su clasificación general en el mercado:



Gráfico 22. Clasificación de las Pymes

Fuente: Superintendencia de Compañías

6.6.3. Estructura Organizativa de las Pymes.

La estructura de la organización en una empresa, refleja los requerimientos operativos, al mismo tiempo que cumplen con satisfacer las necesidades de los clientes. En la etapa inicial de las PYMES el desarrollo no es formal, sin embargo, las destinadas a atender a los clientes, cambian su organización como una evolución natural.

En las empresas la “estructura organizacional” juega la función de una estructura sólida. Al hacer referencia a una “estructura organizacional”. Existen múltiples definiciones e interpretaciones, sin embargo, en todas existen dos características en común: división del trabajo y logro de objetivos. Esto es entonces la estructura organizacional, que le permite a la empresa realizar su misión, operar día a día, adaptarse a los cambios del entorno y reaccionar a las situaciones que se le presentan. (Álvarez, 2009).

Estructura funcional: Constituye el sistema más utilizado para proyectar el trabajo, designando una tarea específica a cada empleado, la misma que deberá cumplirse con el fin de obtener el éxito esperado en el negocio. Esta organización deberá estar bien estructurada desde un principio., Esta estructura funciona bien cuando el emprendimiento está en sus inicios y no requiere mucho acoplamiento de grupo para satisfacer a los clientes. (Álvarez, 2009).

Estructura divisional: En esta estructura, las diferentes tareas se congregan en secciones, las mismas que se pueden segregar por productos cuya ubicación varía, ya sea por ubicación geográfica o por clientes atendidos clasificados en grupos. Cada división requerirá de atención de personal específico para: producción, comercialización, finanzas, recursos humanos, etc. La organización central deberá encargarse específicamente de administrar los recursos con el fin de que la división a su cargo posea los recursos necesarios. En una PYME no se encuentra fácilmente esta distribución, pues generalmente se dedica a la búsqueda de acciones más rápidas que cubran las necesidades del mercado, pero pierde economías de escala. (Robbins, 2004).



Gráfico 23. Estructura Organizacional de las Pymes.

Elaborado por: Tixilema S. (2015).

6.6.4. Tipos de Financiamiento.



Gráfico 24. Tipos de Financiamientos.

Elaborado por: Tixilema S. (2015).

Fuentes internas: Las fuentes internas de financiamiento son generadas dentro de la misma empresa, como resultado de sus operaciones. Generalmente provienen de los accionistas, no generan un costo financiero implícito.

Fuentes externas: Las fuentes externas de financiamiento proporcionan recursos que provienen de terceras personas, empresas o instituciones las mismas que generan un costo financiero para la empresa.

6.6.5. Proceso para obtener un financiamiento.

El financiamiento debe planificarse en base a la necesidad de adquirir fondos frescos para el desarrollo de las actividades de la Empresa, esta planificación debe basarse en tres pasos cronológicos que deberán ser impulsados con un seguimiento responsable y. A continuación se describe una guía en la que podrían basarse los microempresarios al momento de planificar un financiamiento.

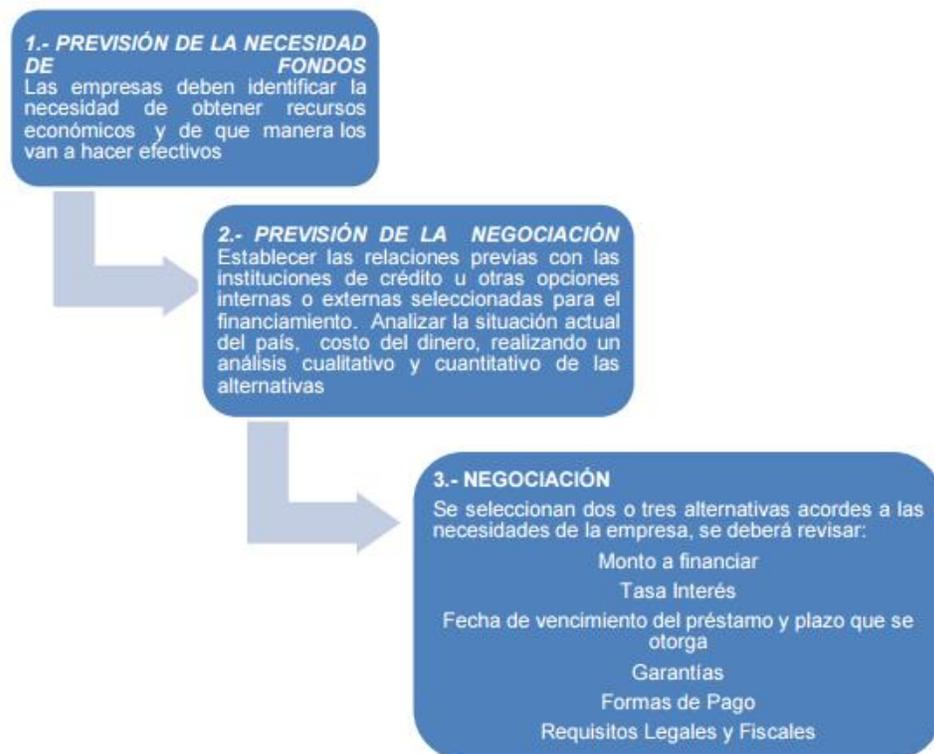


Gráfico 25. Proceso para obtener un Financiamiento.

Elaborado por: Tixilema S. (2015).

6.6.6. Marco Legal de las Pymes.

Las pymes constituyen un importante sector productivo del país ya que son fuentes generadoras de empleo e ingreso, sus principales actividades están encaminadas en la generación de productos manufacturados, lo que muestra su iniciativa para la generación de productos con mayor valor agregado, sin embargo es preciso el crear las condiciones necesarias para que estas puedan aprovechar todo su potencial productivo.

El gobierno constituye sujeto importante para el fortalecimiento e incentivo de las pymes mediante el establecimiento de políticas que fomenten el desarrollo de este sector, así como la definición de un marco jurídico que permita la participación en el mercado en condiciones equitativas. Se han establecido significativos avances en cuanto al establecimiento de lineamientos jurídicos necesarios para el apoyo del sector pyme, el cual a lo largo de su historia ha sido un sector relegado del que muy pocos se han preocupado por fomentar su desarrollo; el presente gobierno del Eco. Rafael Correa ha mostrado preocupación por establecer una normativa de fomento a la producción nacional, principalmente enfocado en los pequeños y medianos empresarios, entre sus principales iniciativas destaca: el programa FONDEPYME, promulgación de la Política Industrial del Ecuador y la promoción del Código Orgánico de la Producción.

El Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), es el ente gubernamental encargado de fomentar el desarrollo de la industria nacional; una de sus líneas prioritarias de acción institucional es el apoyo y acompañamiento a los micro, pequeños y medianos empresarios a través de la Subsecretaría de MIPYMES y Artesanías.

El Presidente de la República, aprobó el texto de la Política Industrial del Ecuador (2009), en el cual se establece lineamientos necesarios para promover el desarrollo del sector productivo y el mejoramiento de las condiciones de vida de la población. El Ministerio de Industrias y Competitividad es la institución a cargo de la ejecución y difusión de la política industrial. La ausencia de políticas públicas claras de desarrollo industrial, así como los incipientes resultados de las leyes de fomento a la industria

incentivaron la creación de la política industrial, sus objetivos principales son el reactivar el aparato productivo e impulsar la competitividad y productividad industrial.

Dentro del segundo capítulo de la Política Industrial del Ecuador (2009), señala: “Impulsar a las micro, pequeñas y medianas empresas, artesanos y empresas de economía social y solidaria;” para lo cual establece estrategias tales como:

- Impulsar la demanda interna de bienes y servicios producidos por las pequeñas y medianas empresas mediante el Sistema de Compras Públicas.
- Establecer líneas de crédito y productos financieros con condiciones especiales para MIPYMES.
- Generar incentivos para canalizar recursos hacia inversión productiva.
- Fomentar la generación de redes asociativas para alcanzar economías de escala destinadas a mejorar la productividad y la inserción en el mercado internacional.

En cuanto al Código Orgánico de la Producción, aprobado por la Asamblea Nacional Constituyente el 22 de diciembre del 2010, busca reforzar las acciones ya emprendidas por el gobierno, a través de la dotación de un marco jurídico confiable que permita el desarrollo de la actividad productiva del país. En el segundo capítulo del presente estudio se mencionó los principales beneficios que el Código Orgánico de la Producción otorga a las pymes, de igual forma se ha puesto en consideración los principales beneficios que el gobierno busca otorgar a los pequeños y medianos empresarios sin embargo muchos de los esfuerzos por apoyar e incentivar a las pymes se han visto reducidos debido al desconocimiento de los pequeños y medianos empresarios tienen para acceder a estos beneficios.

6.7. Metodología: Modelo Operativo.

MODELO OPERATIVO							
FASES	ETAPAS	OBJETIVO	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO	RECURSOS
Primera Fase	Implementación	Desarrollar el proceso de implementación del centro de servicios	Establecer el centro de servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Trámites de constitución • Evaluación Presupuestaria • Diseño Organizacional 	investigador	180 días	Económicos Materiales
Segunda Fase	Identificación y Selección	Delimitar a qué tipo de empresas va dirigido el proyecto	Seleccionar las Pymes beneficiarias y participativas	Requisitos de Participación	Comité Asesor y Técnico	90 días	Económicos Materiales
Tercera Fase	Ejecución	Capacitar y asesorar a las Pymes en el proceso de gestión empresarial	Apertura del centro de servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño Estratégico • Balanced Score Card • Rendición de Cuentas 	Comité Asesor y Técnico	Indefinido	Económicos, Materiales, Tecnológicos

Tabla 22. Matriz de Modelo Operativo.
Elaborado por: Tixilema S. (2015).

PRIMERA FASE.

6.7.1. Etapa de Implementación.

Existe un sin número de pequeñas y medianas empresas, las mismas que no manejan adecuadamente aspectos importantes en las áreas administrativas y de procesos, también existen muchos futuros empresarios que crean empresas sin saber en realidad si van a funcionar. Es por eso que la creación del centro de desarrollo está dirigida a brindar la asesoría correspondiente a los nuevos empresarios y a quienes buscan desarrollar su negocio, lo que traería un gran ventaja para cada una de las empresas así como un valor adicional para resaltar aún más la capacidad y crecimiento empresarial dentro de la región.

6.7.1.1. Proceso de Constitución.

Constitución Legal

Para llevar a cabo la constitución legal de la empresa hemos decidido contratar los servicios de un abogado.

Una vez adquirido un nombre especificado como marca, se realiza la reserva del mismo en la Secretaría General de la Superintendencia de Compañías y se obtiene el respectivo certificado.

Con el certificado original de la reserva del nombre emitido por la Superintendencia de Compañías, la copia de la cédula de identidad de los accionistas y carta del representante legal dirigida al banco solicitando la apertura de la cuenta e indicando el monto de la aportación, se crea la cuenta de integración de capitales de la compañía en el Banco del Pichincha y se obtiene el respectivo certificado.

Luego, con una copia de la cédula de identidad y del certificado de votación del último proceso electoral de los socios de la compañía, la minuta elaborada por el abogado auspicante, el certificado original de la apertura de cuenta de integración de capitales en el banco y el certificado original de la reserva del nombre emitido por la secretaría general de la Superintendencia de Compañías, se procede a realizar las escrituras de la compañía en una de las notarías del cantón Ambato.

Si no se han emitido observaciones, mediante resolución dispone lo siguiente:

- Aprobar la constitución y que un extracto dado por la Superintendencia de Compañías se la publique en un diario del domicilio de la compañía.
- Que el notario que realizó los testimonios de la escrituras de la constitución tome nota al margen.
- Que el registrador mercantil inscriba la escritura y la resolución dada por la Superintendencia de Compañías.
- Que la compañía proceda a afiliarse a una de las cámaras de producción.
- Que la compañía proceda a obtener el registro único de contribuyente (RUC)”.
• Se publica el extracto de la escritura de constitución en el periódico de mayor circulación.
- La Superintendencia de Compañías aprueba mediante resolución la sociedad
- Margina en la notaria la escritura y la resolución; y se inscribe en el registro mercantil

Por lo tanto para finalizar la constitución de la compañía y cumplido con todos los requisitos exigidos por la Superintendencia de Compañías, se entrega la publicación general del extracto, copia de la escritura pública inscrita en el Registro Mercantil, copia de los nombramientos inscritos, copia de afiliación a una de las cámaras de producción y copia del RUC.

Registro del Nombre Comercial.

Una vez realizada la constitución legal de la empresa, se procede a registrar el nombre comercial en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) y en el SRI. Para lo cual, se requieren los servicios del mismo abogado.

Se efectúa la búsqueda del nombre previo a la solicitud del registro de la que será el nombre comercial. Por medio de esta búsqueda nos podemos dar cuenta que el nombre no ha sido previamente registrado y con este resultado se puedes solicitar el registro respectivo. Se presenta los documentos que requiere el estudio jurídico para realizar este y luego emitida la resolución favorable de registro del nombre comercial por parte del IEPI y del SRI solicitamos la respectiva emisión del título.

Permisos

Aspectos Tributarios

Los aspectos tributarios considerados para la ejecución de este proyecto son la obtención del Registro Único de Contribuyente (RUC), el Permiso de Funcionamiento del Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Ambato y el Permiso de Funcionamiento de la Municipalidad de Ambato. Estos pasos serán realizados por el representante legal.

RUC.

El primer paso que se debe realizar es obtener el RUC para personas jurídicas. Este documento se lo obtiene en las oficinas del Servicio de Rentas Internas (SRI). Los documentos se necesita para obtener el mencionado documento son los siguientes:

- Original y copia, o copia certificada, de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el registro mercantil
- Original y una copia, o copia certificada, del nombramiento del representante

legal inscrito en el registro mercantil

- Una copia a color de la cédula de identidad y del certificado de votación del último proceso electoral del representante legal de la empresa; y
- Original y una copia de una planilla de servicio eléctrico, consumo telefónico o consumo de agua de los últimos tres meses anteriores a la fecha de realizar este trámite.

Una vez obtenido el RUC estamos obligados a realizar la declaración anual de impuesto a la renta, la declaración mensual de impuesto al valor agregado (IVA) y a llevar la contabilidad de la compañía.

Permiso de Funcionamiento de los Bomberos.

Para esto es necesario solicitar previamente una inspección en la que se debe cumplir con la adquisición de los extintores de incendios que serán instalados por los miembros de la institución según las dimensiones y la distribución física de las instalaciones de la oficina.

- Los documentos necesarios para obtener el permiso son los siguientes:
- Original y una copia del RUC actualizado
- Una copia de la escritura de constitución de la empresa
- Una copia del nombramiento del representante legal de la compañía
- Una copia a color de la cédula de identidad y una copia del certificado de votación del representante legal de la empresa y la factura original de la compra de los extintores de incendios, los cuales deben ser recargados anualmente y cuya factura es indispensable para obtener la renovación de este permiso

Permiso Municipal de Funcionamiento.

Obtenemos el permiso de funcionamiento del establecimiento. Este permiso debe ser renovado anualmente.

- Los documentos necesarios para obtener el mencionado documento son los siguientes:
- Formulario y tasa de habilitación
- RUC actualizado
- Copia de la escritura de constitución de la empresa
- Copia del nombramiento del representante legal de la compañía
- Copia a color de la cédula de identidad del representante legal de la empresa
- Original y copia del permiso de los bomberos, croquis del lugar.

En caso de ser propietario del inmueble donde funcionará la empresa se deben adjuntar los siguientes documentos:

- Copia de la patente del predio y permiso de creación de establecimientos.

6.7.1.2. Evaluación Presupuestaria.

Dentro lo que corresponde a esta fase se establece una evaluación presupuestaria, en la que se detallan los costos de implementación y desarrollo del centro empresarial, además se genera un diseño organizacional en el cual consta el grupo de trabajo a intervenir y el diseño estratégico en el cual se basa la operatividad del mismo.

DESCRIPCION	PRESUPUESTO
Fortalecimiento de la Corporación	10.000
Sistema de Información para el desarrollo local	6.000
Capacitación de Talento Humano	10.000
Total	26.000

Tabla 23. Evaluación Presupuestaria

Elaborado por: Tixilema S. (2015)

Se consideran dentro de la evaluación, los siguientes puntos:

6.7.1.2.1. Fortalecimiento de la Corporación

El proyecto prevé la formación del equipo humano encargado de la gestión de la Corporación, y la realización de un proceso de planificación estratégica. En los primeros 18 meses de ejecución, además una consultoría dará el apoyo inicial a la Corporación con el fin de asegurar su adecuado fortalecimiento y facilitar la correcta ejecución de la operación.

La formación del personal técnico se realizará a través de consultores especializados y/o líderes de experiencias parecidas, la pasantía en lugares con una experiencia exitosa de desarrollo local concertado, en el país y en la Región. Asimismo, se prevé una asistencia técnica para el proceso de la planificación estratégica participativa a nivel local y regional, incrementando así la coordinación interinstitucional de las diferentes instancias públicas territoriales y la participación de los actores locales.

Finalmente, se apoyará a la Corporación en aspectos administrativo relacionados con los procesos de licitación y contratación de bienes y servicios. En los primeros 18 meses de ejecución, una consultoría dará el apoyo inicial a la Corporación con el fin de asegurar su adecuado fortalecimiento y facilitar la correcta ejecución de la operación. Esta consultoría también coordinará la capacitación del personal de las Corporaciones.

6.7.1.2.2. Sistema de Información para el desarrollo local

El proyecto prevé la implantación de una red de información local constituida por las diferentes entidades locales, y capaz de vincularse con las bases de datos de interés empresarial en el país e internacionales y de unificar y mejorar la información económica local. Este sistema se orienta hacia algunos productos: información relevantes para el desarrollo de las pequeñas empresas; información económica y de utilización del territorio para los gobiernos locales; vincular en línea a las diferentes entidades involucradas en la prestación de servicios empresariales y de capacitación;

preparar información para la promoción de la imagen de la región. Este sistema de información se orienta a la provisión de algunos de los siguientes productos, según las necesidades y las prioridades de cada localidad:

- Mejorar los servicios con que cuentan las empresas locales o regionales en materia de información relevante para su desarrollo y alentando la subcontratación y colaboración empresarial (mercados, oferta regional, compras públicas, etc.)
- Ofrecer a los gobiernos locales la información económica y de utilización del territorio (distribución productiva, población, recursos naturales, planes de expansión productiva)
- Vincular en línea a las diferentes entidades involucradas en la prestación de servicios empresariales y de capacitación, facilitando a las pequeñas empresas el acceso a estos servicios
- Preparar información para la promoción de la imagen de la región para atraer turismo e inversionistas.

El sistema de información en todo caso creará una página Web que identifique el territorio y que facilite el acceso de cualquier usuario a la información, permitiendo además re direccionar las consultas a los diversos puntos de la red, en función de la demanda de información. La página Web incorporará también toda la información relevante sobre la actividad realizada por la Corporación y los planes y proyectos que se propone emprender.

6.7.1.2.3. Capacitación de Talento Humano

En el componente dirigido al desarrollo empresarial, el proyecto financiará un diagnóstico de necesidades en cada localidad que identificará tanto la demanda real de capacitación que existe en los principales sectores productivos, así como la brecha existente en la oferta de estos servicios. Como resultado de dichos diagnósticos se podrá precisar no solo las necesidades a corto plazo como también aquellas que serán

necesarias dentro a mediano y largo plazo, a partir de las potencialidades existentes en la economía local.

El proceso de identificación de la demanda y análisis de la oferta deberá realizarse en estrecha coordinación con las organizaciones gremiales empresariales así como con la participación de las entidades oferentes de capacitación. Para guiar este proceso, se creará un Subcomité cuya responsabilidad será asesorar a la firma consultora que se contrataría para llevar a cabo los diagnósticos.

Como actividad final, se deberá realizar un taller con estas entidades para la presentación del informe final y de los resultados del diagnóstico. Con base al informe final del diagnóstico y como respuesta a las necesidades de corto plazo, la Corporación contará con recursos para asistencia técnica a los que podrán acceder las instituciones de capacitación identificadas durante el proceso de diagnóstico y que estén registradas. Estas entidades podrán acceder a estos recursos mediante presentación de propuestas para la mejora de su oferta de capacitación. Para la adjudicación de los recursos, se utilizarán los siguientes criterios básicos:

- El impacto a corto plazo (demanda potencial, efectos sobre el desarrollo regional, etc.).
- Los recursos de contraparte disponibles
- La existencia de acuerdos de asesoramiento técnico entre las instituciones oferentes y las cámaras empresariales o las municipalidades
- La experiencia y capacidad de ejecución de la institución.

Las propuestas, que podrán estar dirigidas a los tres niveles dentro de la empresa (directivos, mandos medios, y trabajadores), podrán tener como objetivo:

- El desarrollo de nuevos planes de formación profesional
- La capacitación de capacitadores, y
- El desarrollo de nuevo material curricular.

Aportación de los Socios.

SOCIOS	APORTACIONES
SOCIO 1	\$ 11.000
SOCIO 2	\$ 8.000
SOCIO 3	\$ 7.000
TOTAL	\$ 26.000

Tabla 24. Tabla de Aportación de los Socios

Elaborado por: Tixilema S. (2015)

Porcentaje para Utilidades.

SOCIOS	APORTACIONES	%
SOCIO 1	\$ 11.000	42,31%
SOCIO 2	\$ 8.000	30,77%
SOCIO 3	\$ 7.000	26,92%
TOTAL	\$ 26.000	100,00%

Tabla 25. Porcentaje de Utilidades.

Elaborado por: Tixilema S. (2015).

6.7.1.3. Diseño Organizacional.

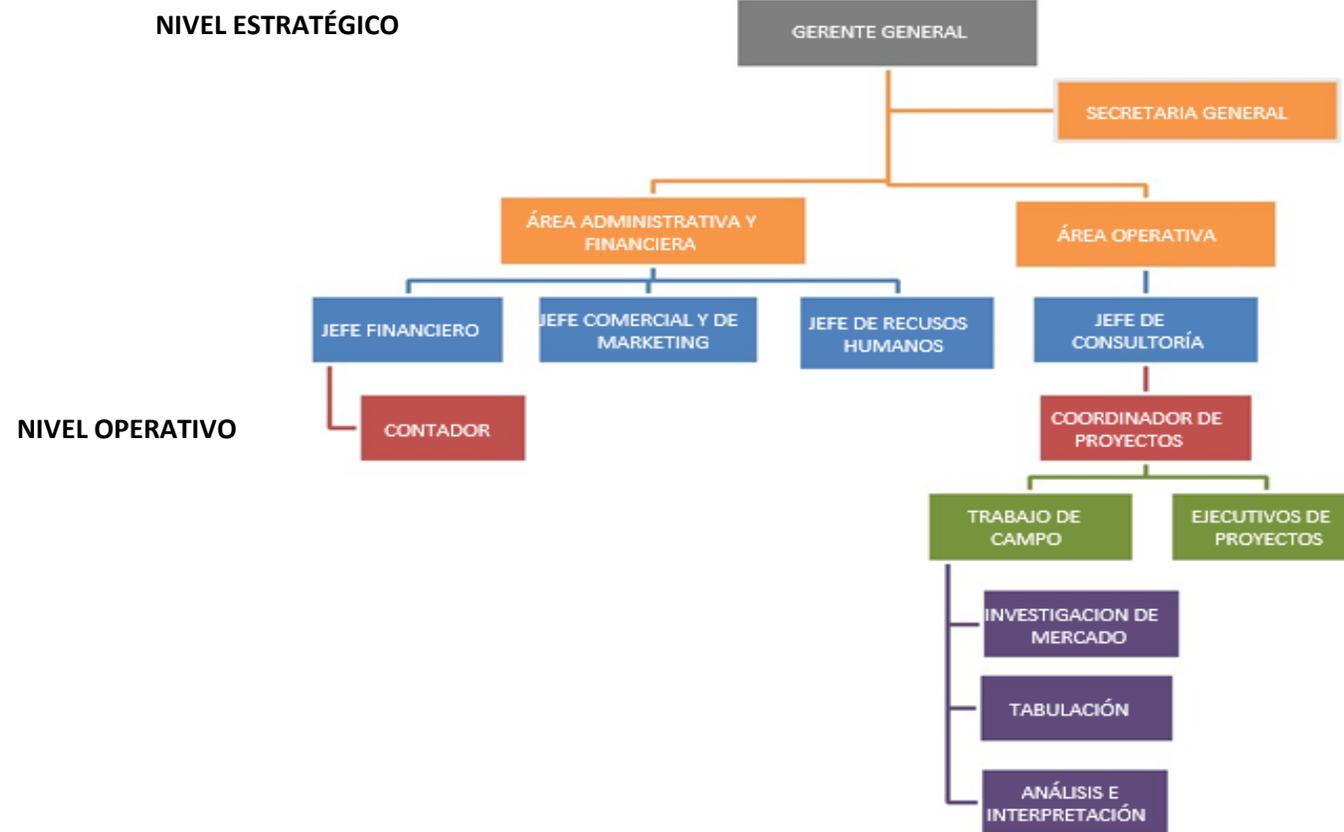


Gráfico 26. Diseño Organizacional.

Elaborado por: Tixilema S. (2015)

6.7.1.3.1. Nivel Estratégico.

Con la implementación de un diseño estratégico, lo que se busca el adecuado direccionamiento de la empresa a satisfacer las necesidades de las Pymes que participen en el proyecto, obteniendo como resultado final la maximización de beneficios para las mismas, mediante el co-financiamiento de actividades como:

- Asistencia Técnica.
- Mejoramiento del talento humano técnico
- Iniciativa de Innovación y Transferencia Tecnológica.
- Apoyo a la Inversión en Equipamiento e Infraestructura Productivos.
- Apoyo al desarrollo comercial y acceso a mercados.

Misión.

Brindar a nuestros clientes un excelente servicio de consultoría garantizando óptimos resultados que le permitan conjugar estrategias con el mejoramiento continuo para incrementar su rendimiento.

Visión.

Ser una empresa líder que brinde consultorías de calidad mediante una gestión de alta efectividad, obteniendo un reconocimiento local y nacional en el mediano plazo.

Objetivos.

Objetivo General.

Servir como plataforma técnica, financiera y profesional a las diferentes empresas existentes en la región, desarrollando procesos de gestión, planificación y administración de programas y proyectos de índole mercantil, económica e institucional.

Objetivos Específicos.

- Desarrollar procesos de “Planificación Estratégica”
- Potencializar las capacidades ejecutivas, humanas, financieras de las empresas, a través de la formulación de programas y proyectos que les permita el fortalecimiento de sus capacidades
- Consolidar las capacidades profesionales y técnicas de las diferentes empresas.

Valores.

Estos son los valores que nos permitirán cumplir con nuestra misión y visión en el tiempo:

- Otorgar valor al cliente.
- Obtener y Transmitir conocimiento de una forma sincera y útil.
- Dotar al cliente con la capacidad de obtener resultados.
- Intervenciones orientadas a obtener resultados.
- Cercanía y empatía con el cliente.
- Valorar a todos los clientes.
- Ser competitivos en el mercado.
- Diferenciarnos positivamente.
- Valorar a nuestro personal.
- Perfeccionar nuestro sector a base de actuaciones bien realizadas.

Análisis FODA

Fortalezas.

Contar con personal profesional capacitado en las diferentes áreas de desempeño de la empresa.

- Tener responsabilidad social.

- Trabajar en equipo.
- Tener capacidad de liderazgo.
- Ser estratégicos.
- Ser constantes con los buenos resultados.
- Ser eficaces.
- Tener capacidad de respuesta rápida ante los problemas de las diferentes empresas.

Debilidades.

- Estamos iniciando labores y aún no somos reconocidos.
- Nuestra empresa no tiene presencia ni reputación en el mercado.

Oportunidades.

- Necesidad de las empresas en cubrir las ineficiencias de puntos importantes como la de investigación de mercados y marketing.
- Contar con Ingenieros titulados con estudios de especialización.
- Ingenieros y bachilleres capacitados para realizar las investigaciones que necesitan nuestros clientes.
- Actualización constante a nuevos métodos de investigación y nuevas estrategias de marketing y de diversos temas para crecimiento de empresas.
- Estudios de especialización en el extranjero.
- Competitividad.
- Desarrollo de un sistema de trabajo.
- Nuestro sector de negocios está en expansión, con muchas oportunidades futuras de éxito.

Amenazas

- Competidores nacionales con gran cobertura.

- Cambio de políticas dentro de las empresas.
- Incremento de áreas para el mejoramiento de los temas que manejamos dentro de las mismas empresas.

Estrategia del Negocio.

Nos basamos y enfocarnos en los problemas de las empresas que estén constituidas para que lleven un buen manejo de consultorías de una manera estratégica.

Usaremos estrategias de marca, precio, crecimiento, posicionamiento, producto, servicio, alianzas, entre otras que le entreguen un valor agregado a las empresas que confíen en nosotros.

Servicios que se Ofrecen:

La empresa ofrece consultorías para las áreas de:

- Investigaciones de Mercado.
- Planificación Estratégica.

Investigación de Mercado.

La investigación de mercados abarca desde la encuesta y el estudio detallado del mismo hasta la elaboración de estadísticas para poder analizar las tendencias en el consumo, y poder prever así la cantidad de productos y la localización de los mercados más rentables para un determinado tipo de bien o servicio.

Objetivo General.

Obtener información cuantitativa y cualitativa del mercado y la competencia que nos permita desarrollar estrategias para tomar decisiones acertadamente, disminuyendo los riesgos de las empresas que nos contraten.

Objetivos Específicos.

- Ayudar al desarrollo de los negocios, para que cubran las necesidades del mercado, en un tiempo oportuno.
- Determinar el nivel económico de éxito o fracaso que puedan tener las empresas al momento de entrar a un nuevo mercado o al introducir un nuevo producto o servicio para saber con mayor certeza las acciones que se deben emplear.
- Satisfacer las necesidades de los clientes, y que el producto o servicio que ofrezcan las empresas cumplan con los requerimientos y deseos exigidos cuando sean utilizados.

En cuanto a lo que hace referencia una investigación de mercado los métodos que utilizaremos según el estudio lo demande serán los siguientes:

- Encuestas
- Entrevistas
- Grupos focales
- Observaciones

Una investigación de mercado se puede realizar para:

- Lanzar un nuevo producto / servicio
- Medir competitividad en el mercado
- Aceptabilidad de la marca- productos- servicios
- Emprender una nueva empresa.
- Cambio de ubicación o apertura de sucursales.

Planificación Estratégica.

Toda empresa necesita diseñar un plan estratégico para el logro de sus objetivos y metas planteadas, estos planes pueden ser a corto, mediano y largo plazo, según la amplitud y magnitud de la empresa, por ello nuestra consultora ofrece este servicio con el fin de disminuir el riesgo y garantizar el cumplimiento de sus expectativas.

Objetivo General.

Realizar investigaciones sobre el proceso más efectivo de planeación, ejecución y conceptualización de los productos o servicios que ofrecen las empresas.

Objetivos Específicos.

- Crear una imagen y satisfacer las necesidades de los consumidores
- Posicionar de mejor manera a las empresas de la Región.
- Conocer el perfil de los clientes.
- Crear estrategias para la empresa.
- Crear valor del servicio o producto en los clientes.

Algunos beneficios principales que se quieren dar son:

- Salvar a empresas de situaciones económicas complicadas y conseguir su reflatamiento.
- También abre nuevos mercados nacionales e internacionales.
- Racionaliza los equipos humanos
- Propone el lanzamiento de nuevos productos o la eliminación de algunos obsoletos.
- Valora empresas.
- Opera en todas las áreas de la empresa
- Maximiza el beneficio.

En cuanto a la implementación, nuestra empresa brindara consultorías para la creación de efectivas estrategias operativas, puesto que al mercado que nos estamos dirigiendo son pequeñas y medianas empresas que necesitan de estrategias para permanecer y crecer en el mercado.

La implementación adecuada de estrategias en una organización puede ayudar a varios aspectos dependiendo al objetivo que deseen llegar como puede ser:

- Incrementar ventas.
- Incrementar clientes.
- Crecimiento.
- Mayor competitividad en el mercado.
- Estrategias de comercialización.
- Producto.
- Servicio alianzas.

6.7.1.3.2. Nivel Operativo.

Gerente General

Funciones:

- Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.
- Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
- Coordinar con la Secretaria las reuniones, aumentar el número y calidad de clientes, realizar las compras de materiales, resolver sobre las reparaciones o

desperfectos en la empresa.

- Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
- Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.
- Realizar cálculos matemáticos, algebraicos y financieros.
- Deducir o concluir los análisis efectuados anteriormente.

Perfil de Competencias.

- Idioma: Español – Inglés.
- Estudios superiores: Tercer Nivel, de preferencia maestría en administración de empresas.
- Títulos: Ingeniero Comercial, Ingeniero en Administración de Empresas.

Experiencia.

- 3 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

Instrucción Complementaria

- Estudios: computación, administración, finanzas, contabilidad.

Secretaria General.

Funciones.

- Atención y servicio al cliente.
- Tomar notas o apuntes de las indicaciones que le entregue sus superiores.
- Redactar cartas, certificados y otros documentos de las diferentes áreas de la empresa.
- Recibir la documentación que llega a la empresa a excepción de la destinada a

gerencia.

- Atender a ejecutivos externos.
- Archivar en bodega los documentos más importantes de cada área.

Perfil de Competencias.

Instrucción Formal

- Idioma: Español - Inglés
- Estudios superiores: Tercer Nivel
- Títulos: Secretariado Ejecutivo Bilingüe o Secretariado Gerencial.

Experiencia

- 1 año de experiencia como mínimo en cargos similares, pudiendo después realizar cursos de perfeccionamiento.

Instrucción Complementaria.

- Estudios: Computación, Administración, Relaciones personales.

Jefe Comercial

Funciones.

- Realizar convenios dependiendo los requerimientos de la empresa.
- Elaborar y dar apoyo técnico a todas las instancias de la institución en proyectos basados en las necesidades y las políticas institucionales, a fin de conseguir financiamiento externo adicional al correspondiente por ley.
- Generar y administrar las tecnologías necesarias para la modernización y sistematización del funcionamiento de la empresa
- Coordinar y supervisar el estudio, diseño, desarrollo, ejecución, mantenimiento, seguridad y documentación de los documentos de la empresa.

- Crear un banco de proyectos institucionales que solucionen necesidades, que no pueden lograrse por la vía regular.
- Brindar asesoría a nuestros clientes sobre problemas estructurales, administrativos que pudieren tener.
- Realizar los demás actos y funciones que el Gerente General le encomiende.
- Armar estrategias para obtener rentabilidad y sostenibilidad en el tiempo.
- Coordinación general con las autoridades empresariales para la generación de proyectos.
- Trabajo en equipo junto al jefe financiero y gerente general para toma de decisiones.
- Velar por una imagen institucional transparente y única.
- Manejo de promoción y publicidad para la empresa

Perfil de Competencias

Instrucción Formal.

- Título profesional en Ing. Comercial o carreras a fines.

Experiencia.

- 3 años en el desempeño de cargos de dirección superior en el área.

Instrucción Complementaria

- Cursos especializados planeación financiera, administración y/o marketing.

Jefe Financiero

Funciones

- Efectúa el análisis y la planeación financiera.
- Toma decisiones de inversión.
- Toma decisiones de financiamiento.
- Transforma la información financiera a una forma útil para supervisar la condición financiera de la empresa.
- Administra la política de crédito de la empresa, por medio de los informes que se le presenten.
- Responsable de la administración de cartera de inversión.
- Maneja evaluaciones de rendimiento financiero.
- Elabora propuestas financieras para determinar incrementos o decrementos en producción.

Perfil de Competencias.

Instrucción Formal.

- Título profesional en Finanzas o carreras afines.

Experiencia

- 3 años en cargos similares.

Instrucción Complementaria

- Estudios: Computación, Contabilidad.

Contador.

Funciones.

- Desarrollar la contabilidad de la empresa según el sistema contable.
- Presentar balances mensuales.
- Realizar las transacciones oportunas de tal forma que haya una fluidez en las cuentas bancarias.
- Realizar los pagos mensuales y beneficios de nómina de la empresa.
- Estudiar los valores que constituyen capital o que intervendrán en las operaciones diarias.
- Fijar el sistema adecuado para calcular los precios de costos, reposición y venta, según corresponda.
- Pago de impuestos y tributos.
- Presentar información oportunamente cuando el Gerente General o el Administrador lo solicite.
- Realizar conciliaciones bancarias.
- Establecer calendarios de pagos tanto a proveedores y empleados.
- Recibir y revisar facturas, órdenes de pago, órdenes de compra, ingresos y egresos de la organización.

Perfil de Competencias.

Instrucción Formal.

- Contador Público Autorizado.
- Alto conocimiento de la Ley Tributaria Laboral, Seguro Social; Ley Societaria, Ley de Compañías.

Experiencia.

- 2 años cargos similares.

Habilidades y destrezas:

- Carácter muy discreto y exigente lealtad acentuada en asuntos confidenciales.
- Destreza para la utilización de equipo informático.
- Manejo de documentos confidenciales de alta prioridad para la empresa.

Jefe de Recursos Humanos.

Funciones.

- Controlar las políticas a seguir organizativamente con respecto a los Recursos Humanos de la organización.
- Incorporar y ambientar a nuevos empleados.
- Responsable de planificar, organizar y verificar eficiencia en los subsistemas de RR.HH. de la empresa.
- Proyectar y coordinar programas de capacitación y entrenamiento para los empleados.
- Mantener un clima laboral adecuado, velando por el bienestar de las relaciones empleado - empresa.
- Interceder por la buena marcha en contratos laborales entre empleados y empresa.
- Dirigir el sistema de carrera administrativa en la organización.

Perfil de Competencias.

Instrucción Formal.

- Título en Psicología del Trabajo o Administración de Empresas con MBA en RRHH. Amplio conocimiento de leyes laborales.

Experiencia.

- 2 años en áreas similares.

Habilidades y destrezas:

- Alta capacidad de relacionarse con los diversos niveles de RR.HH. de la empresa; Don de mando y liderazgo participativo; Fluidez verbal; Adaptabilidad a distintas situaciones laborales.

Jefe de Consultoría.

Funciones.

- Formación de grupos interdisciplinarios para la elaboración de proyectos, en áreas específicas de acuerdo a la naturaleza de cada proyecto.
- Autoriza los proyectos para la realización de consultoría.
- Asigna la consultoría aprobada a los ejecutivos de proyectos
- Busca clientes.
- Trabajar conscientemente en la formación y desarrollo de los trabajadores y directivos a fin de crear una capacidad propia y permanente de cambio y asegurarse la irreversibilidad de los cambios.
- Demostrar que las ideas y soluciones son del equipo y no propias, pero reconocer su coparticipación y responsabilidad, comunicar en todo momento ánimo y transmitir un espíritu de vencedores.
- Fortalecer la capacidad de las empresas para identificar, analizar y resolver problemas.
- Estar en constante capacitación en elaboración de proyectos.

Perfil de Competencias.

Instrucción Formal.

- Título en Ing. Comercial o carreras afines.

Experiencia.

- 1 año en cargos similares.

Instrucción Complementaria.

- Estudios: Computación, Marketing.

Habilidades y destrezas:

- Alta capacidad de liderazgo

Coordinador de Proyectos.

Funciones.

- Elaborar y dar apoyo técnico a las empresas.
- Planificar y desarrollar proyectos de mejoras dependiendo las necesidades de las empresas.
- Investigar las ineficiencias de las empresas cuencanas.
- Realizar intermediación con empresarios.
- Controlar a los ejecutivos de proyectos y a los trabajadores de campo.
- Ayudar a las empresas a identificar los obstáculos que impiden el logro de las metas propuestas.
- Estar en constante capacitación en elaboración de proyectos.
- Dar seguimiento a las acciones concretadas y comprometidas por el equipo para efectuar los cambios; colaborar apoyar, nunca supervisar

Perfil de Competencias.

Instrucción Formal.

- Título en Ing. Comercial o carreras afines.

Experiencia.

- 1 año de experiencia en cargos similares.

Instrucción Complementaria.

- Estudios: Computación, Administración de Empresas y Proyectos.

Investigación de Mercado.

Funciones

- Determinar la muestra poblacional y los lugares de investigación
- Coordinar en los lugares que se va a realizar la investigación
- Realizar encuestas.
- Realizar entrevistas.
- Ser moderadores.
- Ser observadores.

Tabulación.

Funciones

- Tabular las encuestas en SPSS.
- Transcribir las respuestas de las entrevistas, grupos focales y observaciones.

Análisis e Interpretación.

Funciones.

- Analizar la información otorgada por los investigadores de mercado y los tabuladores.
- Realizar informes para cada uno de los proyectos de consultoría.

Perfil de Competencias:

Instrucción Formal.

- Título Ing. Comercial o carreras afines.

Experiencia

- 6 meses.

Instrucción Complementaria

- Estudios: Computación, Relaciones Publicas, Investigación de Mercado y manejo de SPSS

Ejecutivos de Proyectos.

Funciones.

- Recibir proyectos por parte del Jefe de Consultoría y manejarlos hasta dar el resultado final.
- Recibir los informes de los analistas de información y diseñar las estrategias necesarias para cubrir las necesidades de cada proyecto.
- Realizar planes de marketing, planes de negocios y aplicación de estrategias.
- Estar en contante capacitación en marketing.

- Favorecer la solución de problemas en equipo mediante el análisis de sus causas y la generación de alternativas de solución.
- Promover e intervenir en los cambios que resultan necesarios, según indique el análisis de los problemas.
- Revisar los conceptos y valores que están en juego durante la implantación de cambios.
- Proponer los instrumentos que faciliten la realización de las acciones de cambio.
- Dar seguimiento al trabajo de campo y para la obtención oportuna de los informes para dar los resultados con prontitud.
- Buscar la solución de los problemas paso a paso sin violar etapas.

Perfil de Competencias

Instrucción Formal

- Ingeniero Comercial o Ingeniero en Marketing.

Experiencia

- 1 año en áreas similares.

Habilidades y destrezas:

- Realización de proyectos y estrategias.

SEGUNDA FASE.

6.7.2. Etapa de Identificación y Selección.

6.7.2.1. Requisitos de los Participantes.

Implementado ya el proyecto, la segunda fase comprenderá el análisis de las empresas a quienes van dirigidas este proyecto, pues lo que se busca es fomentar la productividad de Pymes que se encuentren en la etapa inicial de producción, sin importar a que sector se enfoquen, para brindar asesoramiento técnico- económico acerca de la administración operativa de la empresa en cada una de sus áreas. Se establecerán los parámetros de solicitud por los cuales se filtraran a las Pymes participantes, para poder canalizar los recursos del proyecto esencialmente a enfocarse en el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas de la región administrativa 3 del Ecuador, comprendidas por las Pymes de las provincias de Chimborazo, Cotopaxi, Tungurahua y Pastaza. Como requisitos principales:

- La empresa debe estar legalmente constituida
- La empresa no debe contar con más de 100 empleados ni con menos de 15
- El capital fijo no debe sobrepasar los 120 mil dólares y alcanzar un mínimo de 15 mil dólares.
- La empresa debe estar registrada en la Superintendencia de Compañías por un período mínimo de 5 años.
- La empresa o los directivos de la misma no deben mantener registros en la central de riesgo crediticio.
- La empresa no debe mantener registro de deudas con el Servicio de Rentas Internas.

Cabe señalar que las pequeñas o medianas empresas se calificaran independientemente del sector en el cual operen. Las solicitudes serán evaluadas por el equipo técnico para poder así determinar a las empresas beneficiarias.

TERCERA FASE.

6.7.3. Ejecución.

6.7.3.1. Diseño Estratégico.

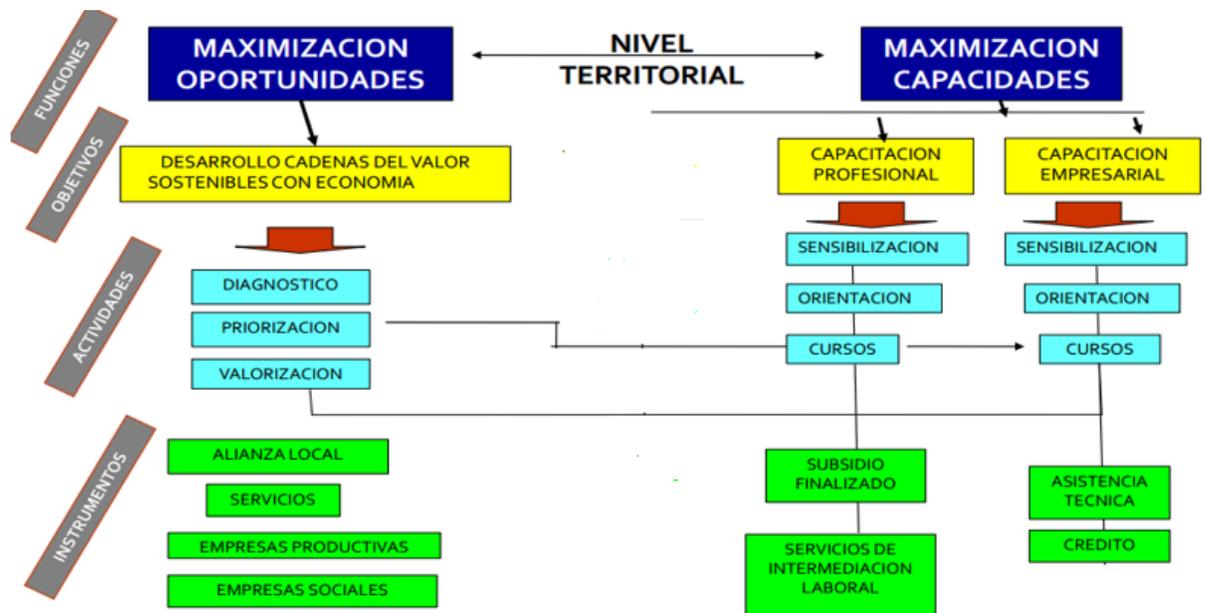


Gráfico 27. Diseño Estratégico

Elaborado por: Tixilema S. (2015)

6.7.3.1.1. Maximización de Capacidades.

Para que las Pymes puedan satisfacer las necesidades de sus demandantes, es necesario que las necesidades internas queden resueltas, por lo tanto, es importante el formar una maximización de capacidades dentro de la cadena de valor de toda empresa.

- **Capacitación Profesional:** Lo que se busca en este punto es poder reforzar conocimientos, reemplazar los rudimentos por técnicas mediante cursos teóricos y prácticos.

Instrumentos: Obtener convenios con empresas consultoras o a su vez con empresas que dentro de sus lineamientos de responsabilidad social puedan contribuir.

- **Capacitación Empresarial:** Lo que se busca en este punto es poder dar una formación general acerca del funcionamiento de una empresa y el manejo interno que debería darse en la misma: planificación, control y evaluación.

Instrumentos: Dar asesoramiento técnico acerca del manejo de una empresa, además de ser un canalizador para la obtención de créditos por parte de las Pymes.

6.7.3.1.2. Maximización de Oportunidades.

Una vez que la empresa se tecnifique y pueda considerarse competitiva, debe convertirse en una. Lo que se persigue en esta etapa es poder maximizar las oportunidades de las Pymes en base a las fortalezas adquiridas:

- **Desarrollo de cadenas de valor:** Si una cadena de valor en una empresa es la serie de procesos que generan valor agregado a la misma, el desarrollo de cadenas de valor sostenibles en la economía, persiguen la misma finalidad, con la diferencia de que se busca dar valor agregado a un sector, dando prioridad y valor a sectores complementarios.

Instrumentos: Conformación de clústers y alianzas estratégicas con empresas públicas y privadas.

6.7.3.2. Balanced Score Card.

La última fase del proyecto estará principalmente enfocada en poder evaluar el nivel de desarrollo y desempeño de las Pymes participantes y su interacción con los mercados; además, se busca poder brindar apoyo para poder mejorar sus productos,

niveles de producción y comercialización, para así poder medir su competitividad e incentivar a las empresas a competir en mercados nacionales.

6.7.3.2.1. Estructura del Balanced Score Card en las Pymes.

Al hablar de BSC se hace referencia a Balances en el Corto y Largo Plazo, al Balance entre los distintos componentes del BSC, como se ve la empresa y como la perciben otros, el BSC no es sencillo de aplicar en la práctica pues se debe tratar de encontrar las medidas para establecer el Balance en estos distintos tipos de aspectos. Su correcta aplicación permitirá a una Pyme aprender y revisar su estrategia, modificar sus sistemas de control si así lo requiere y ganar nuevas experiencias. Sin embargo, por la estructura simple que manejan las PYMES, esta herramienta no es aplicada y su difusión es escasa.

6.7.3.2.2. Generalidades.

A fin de poder analizar el BSC, es importante conocer su definición, traducido literalmente al español se puede describirlo como “CALIFICACION BALANCEADA”, sin embargo en el medio se lo conoce como TABLERO DE CONTROL o INDICADORES DE GESTION EMPRESARIAL. El estudio de esta herramienta pretende crear una guía sobre cómo implementar un proyecto de esta naturaleza en una PYME, con la finalidad de hacerlos más competitivos y asegurar su permanencia a largo plazo en el mercado.

El Balanced Score Card (BSC) se puede aplicar a toda clase de empresa, pública o privada, con o sin fines de lucro, Los respectivos autores, que son motivo de análisis en este trabajo Robert S. Kaplan y David Norton crearon este nuevo modelo para calcular el desenvolvimiento de la empresa, ya que proporciona a los gerentes o propietarios obtener una nueva y mejor impresión de la misma. A continuación se detalla un concepto general de los autores acerca de su perspectiva sobre el BSC:

El Cuadro de Mando Integral proporciona a los directivos el equipo de instrumentos que necesitan para navegar hacia un éxito competitivo futuro. Hoy en día las organizaciones están compitiendo en entornos complejos y por lo tanto, es vital que tengan una exacta comprensión de sus objetivos, y de los métodos que han de utilizar para alcanzarlos. El Cuadro de Mando Integral traduce la estrategia y la misión de una organización en un amplio conjunto de medidas de la actuación, que proporcionan la estructura necesaria para un sistema de gestión y medición estratégica. El CMI permite que las empresas puedan seguir la pista de los resultados financieros, al mismo tiempo que observan los progresos en la formación de aptitudes y la adquisición de los bienes intangibles que necesitan para un crecimiento futuro. (Perdomo Moreno Abraham, 1998).

6.7.3.2.3. Beneficios de la implementación del BSC en las Pymes.

En la actualidad las Pymes pueden aplicar esta herramienta obteniendo los beneficios que se pueden resumir a continuación:

- La metodología otorga la facilidad a la comunicación y comprensión de las metas del negocio y las estrategias en todos los niveles de la organización.
- El concepto del Balanced Score Card proporciona retroalimentación estratégica y así facilita el aprendizaje.
- El Balanced Score Card ayuda a disminuir la gran cantidad de investigación de los sistemas de información que es repartida a los empleados.
- El BSC otorga una forma positiva de manifestar prioridades a todos los niveles de la organización, contribuyendo además para que la totalidad de empleados entiendan y observen la forma en que se relaciona su trabajo individual con el desenvolvimiento del negocio y sus logros como un todo, lo que significa, el impacto que causa al lograr los objetivos de la empresa.
- Para poder aplicar eficientemente los sistemas de medición, se aconsejan varios parámetros que pueden ser considerados y aplicados en las empresas, particularmente desde las cuatro perspectivas más aplicables en el BSC.

6.7.3.2.4. Perspectivas a utilizarse en la construcción de un BSC.

A continuación se presenta el modelo sugerido por Kaplan y Norton y las variables más utilizadas en el planteamiento de estas perspectivas.

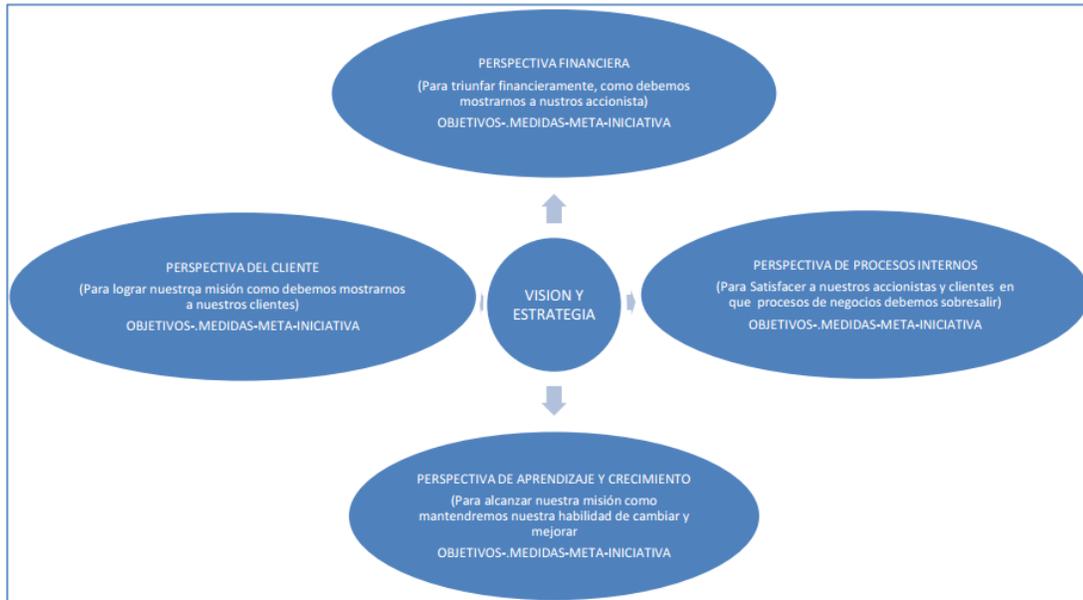


Gráfico 28. Balanced Score Card.

Elaborado por: Tixilema S. (2015)

Perspectiva Financiera

Tiene como propósito dar una alternativa a los intereses de los accionistas. Este enfoque se centraliza en proporcionar un valor con el fin de que el accionista con niveles de rendimiento muy altos tenga garantizado el mantenimiento y progreso de su negocio.

Perspectiva del cliente

Responde a las exigencias de Clientes, sobre el alcance de las metas que se proyectan. En esta probabilidad servirá en gran escala la producción de ingresos, y en consecuencia la "generación de valor" ya manifestada en la Perspectiva Financiera. La

complacencia de los clientes estará sujeta a la oferta de valor que la empresa u organización proponga.

Perspectiva de procesos

Aquí se identifican los objetivos e indicadores estratégicos que están agrupados con los procedimientos que representan la clave de una empresa de cuya superación obedece la complacencia de las perspectivas de clientes y accionistas. Generalmente, esta faceta se desenvuelve después de haber establecido los indicadores y objetivos de los aspectos Financieros y de Clientes.

Perspectiva de desarrollo empresarial

Se relaciona a los objetivos e indicadores que se utilizan como motor o plataforma del desenvolvimiento de la empresa en un futuro y manifiestan la facultad de adaptación a nuevos entornos para alcanzar el éxito., Estas cualidades están basadas en las competencias medulares del negocio, que contienen: competitividad entre empleados, estratégica que afirma una buena y oportuna toma de decisiones y la instauración de un ambiente cultural que afiance las acciones transformadoras del negocio.

Con la aplicación del modelo se puede concluir que todas las medidas que se tomen en la empresa se relacionan unas con otras, por ejemplo:

Si queremos ser rentables, nuestros clientes deben ser leales, si queremos que sean leales debemos proporcionarles un buen servicio. Para proporcionar un buen servicio, necesitamos procesos apropiados que funcionen bien, y para esto, debemos desarrollar la capacidad de nuestros empleados. Por lo tanto un, BSC bien construido debe mostrar la historia de la visión de la empresa. Debe identificar y hacer evidente la secuencia de la relación causa-efecto entre las medidas de los resultados. (SBS, 2013).

6.7.3.2.5. Como implementar un BSC en una Pyme.

De acuerdo a un sinnúmero de criterios de varios autores, el BSC, no es una plantilla que puede ser aplicada a cualquier negocio o industria en general, debido a las condiciones de mercado, estrategias de producto y competencia, cada BSC es único y cada empresa lo construye de acuerdo a sus necesidades, se adapta a la situación real de cada empresa.

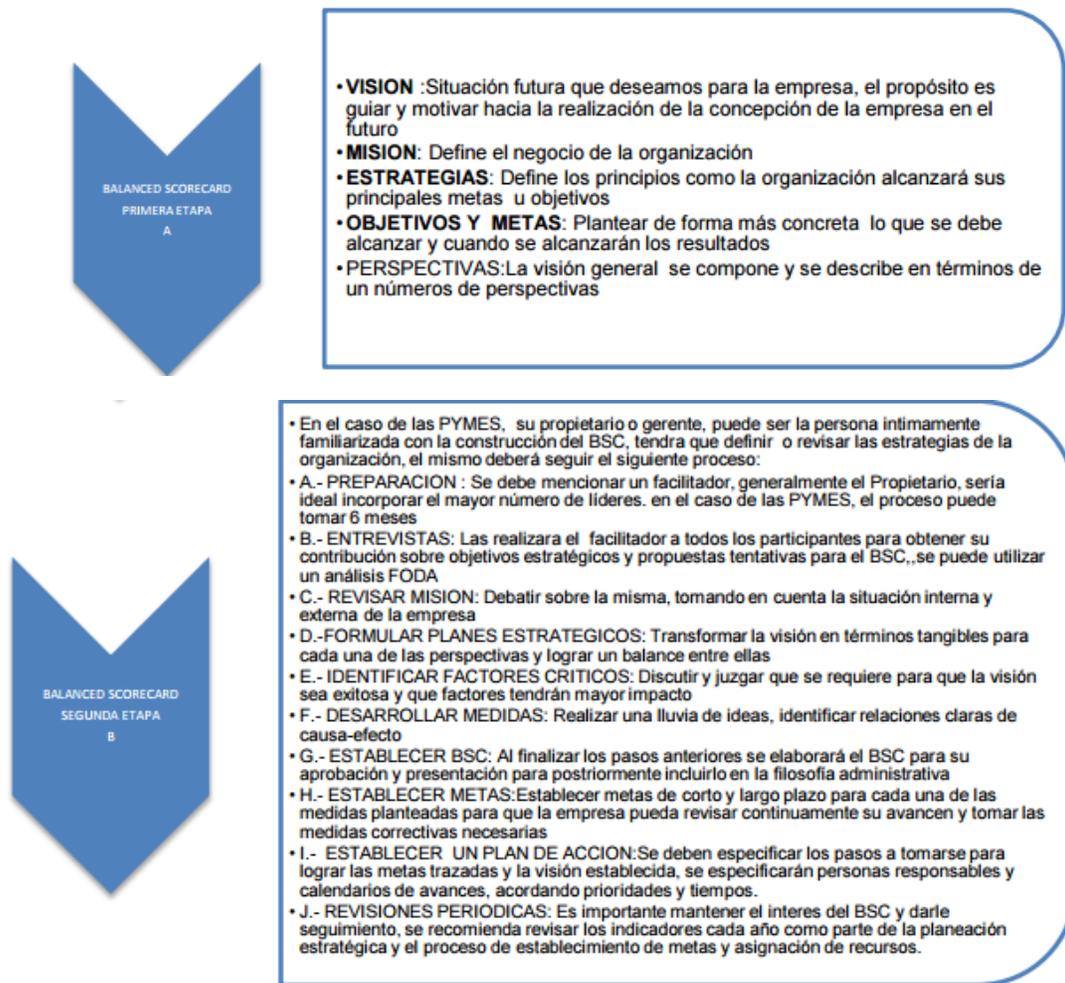


Gráfico 29. Implementación de un BSC en una Pyme.

Elaborado por: Tixilema S. (2015).

6.7.3.3. Rendición de Cuentas.

Las entidades ejecutoras deberán presentar informes semestrales de progreso de las actividades del proyecto, los cuales tendrán en cuenta los resultados alcanzados en los diferentes componentes del mismo y su aporte al cumplimiento de los objetivos. Junto con estos informes, los ejecutores deberán presentar la información sobre los impactos ambientales de las actividades promovidas por el proyecto y los avances logrados en la disminución del deterioro del medio ambiente local.

El carácter innovador del proyecto sugiere la realización de diversas evaluaciones externas con el fin de apoyar los ejecutores en reforzar y asegurar la ejecución del proyecto y de recaudar elementos útiles para el diseño de nuevas operaciones similares. Las evaluaciones serán contratadas por el Sistema Unificado de Información de las Organizaciones Sociales (SUIOS), con el apoyo del equipo de proyecto.

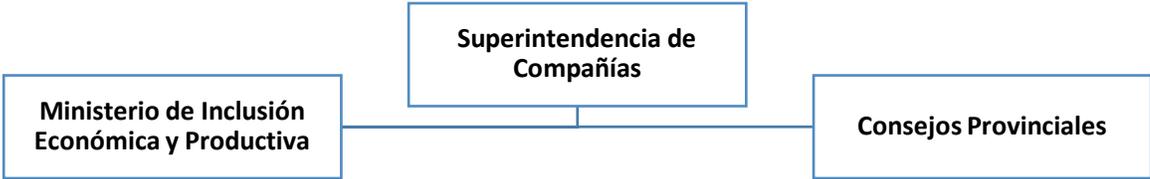
Las evaluaciones tendrán en cuenta: el funcionamiento de la Corporación de desarrollo local y los servicios prestados por la misma; los resultados conseguidos en los diferentes componentes del proyecto; el nivel de cumplimiento de los objetivos señalados y el grado de sostenibilidad financiera alcanzado. Se utilizarán también criterios para evaluar la eficiencia y eficacia de las actividades realizadas.

6.8. Administración.

Los planes operativos anuales deberían ser establecidos y autorizados a un nivel ejecutivo en el que consten los miembros de entidades públicas, así como la designación de entidades que controlaran y administraran la implementación y administración del proyecto. En este caso, la administración de la propuesta se basa en función de las aportaciones de los socios.

Desde el punto de vista operativo, la propuesta estará a cargo de la Superintendencia de Compañías, ente regulador del funcionamiento de la consultora que se ha sugerido.

Por otro lado, se trabajará conjuntamente con el Ministerio de Inclusión Económica y Productiva y los diferentes consejos provinciales, realizando alianzas estratégicas y proyectos de desarrollo para las Pymes.



*Gráfico 30. Organigrama Administrativo de la Propuesta.
Elaborado por: Tixilema S. (2015).*

6.9. Previsión de la Evaluación

PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN							
FASES	ETAPAS	OBJETIVO	METAS	INDICADORES	RESPONSABLE	TIEMPO	RECURSOS
Primera Fase	Implementación	Desarrollar el proceso de implementación del centro de servicios	Establecer el centro de servicios	% de Recursos Disponibles	investigador	180 días	Económicos Materiales
Segunda Fase	Identificación y Selección	Delimitar a qué tipo de empresas va dirigido el proyecto	Seleccionar las Pymes beneficiarias y participativas	% de Pymes Participantes	Comité Asesor y Técnico	90 días	Económicos Materiales
Tercera Fase	Ejecución	Capacitar y asesorar a las Pymes en el proceso de gestión empresarial	Apertura del centro de servicios	Número de Alianzas logradas Número de Capacitaciones % de Desarrollo obtenido	Comité Asesor y Técnico	Indefinido	Económicos, Materiales, Tecnológicos

Tabla 26. Previsión de la Evaluación.

Elaborado por: Tixilema S. (2015)

La previsión se maneja en base a una matriz de acción, en la que se evalúa el proceso de implementación de la propuesta en todos sus niveles. Los resultados de cada etapa se analizarán en base a los indicadores señalados en la previsión, con un porcentaje mínimo del 80% para poder ejecutarse.

PRIMERA FASE

6.9.1. Implementación.

Dentro de la primera fase, para poder llegar a la meta del establecimiento del centro de servicios, se analizará el nivel de recursos disponibles y el tiempo de evaluación será el mismo dispuesto en el modelo operativo.

Recursos Disponibles.

El porcentaje de recursos disponibles, estará compuesto por:

- **Trámites de Constitución:** Se deberán obtener todos los trámites legales correspondientes a la constitución del centro de desarrollo empresarial. En caso de no contar con algún trámite, no se podrá seguir con el proceso de implementación.
- **Evaluación Presupuestaria:** Considerados todos los costos de implementación, se deberá contar con un financiamiento externo de por lo menos el 70%. En caso de contar con un porcentaje menor de financiamiento, se deberán incrementar las fuentes de financiamiento interno.
- **Diseño Organizacional:** El equipo empresarial debe estar correctamente distribuido, capacitado y disponible.

SEGUNDA FASE

6.9.2. Identificación y Selección

Para poder evaluar este proceso, las empresas deben cumplir al 100% con todos los requisitos propuestos en el modelo operativo.

TERCERA FASE

6.9.3. Ejecución.

Para poder determinar el nivel de cumplimiento y utilidad del proyecto, en esta etapa se consideran los siguientes indicadores:

- **Número de Alianzas logradas:** Se planteará una meta objetivo al inicio de la planificación de alianzas estratégicas con organizaciones que se encuentren en la competencia y capacidad de formular proyectos conjuntos, del cual se deberá obtener mínimo el 80% de relaciones empresariales para poder conformar una planificación operativa viable.
- **Número de Proyectos implementados:** Una vez obtenido el mínimo de alianzas estratégicas requeridas, se realizarán proyectos conjuntos entre organizaciones, mismas que estarán en competencia y capacidad de contribuir con las capacitaciones a los pequeños y medianos empresarios. Es por eso que se tomará en cuenta como indicador de cumplimiento el número de proyectos implementados, mismos que se constituyen como: capacitaciones, programas de inclusión, talleres operativos, etc., para determinar la factibilidad y utilidad del centro de desarrollo.
- **Desarrollo Obtenido:** Para poder medir este indicador, se aplicarán evaluaciones acerca de la implementación y funcionamiento del BSC que cada Pymes ha implementado.

Bibliografía

- Asamblea Nacional. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito.
- Asamblea Nacional. (2011). *Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado*. Quito: eSilec Profesional.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Manabí.
- Assael, H. (1975). *Ensayos sobre política fiscal*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Ávila Baray, H. (2006). Introducción a la Metodología de Investigación. México.
- Bisquerra, R. (1989). En R. Bisquerra, *Métodos de investigación educativa* (págs. 55-69). Barcelona: CEAC.
- Castaño, G. (02 de Julio de 2014). *Seminario de Teoría Administrativa*. Obtenido de Universidad Nacional de Colombia: http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010014/Contenidos/Capitulo1/Pages/1.2/121Conceptos_autores.htm
- CEPAL. (Septiembre de 2006). Definiendo la Competitividad. México. Obtenido de <http://www.cepal.org/mexico/capacidadescomerciales/tallerbasesdedatosrep.dom/documentosypresentaciones/2definiendolacompetitividad.pdf>
- CEPAL. (2009). Inversión, incentivos gubernamentales y gastos tributarios en América Latina. *Serie Macroeconómica del Desarrollo N°77*, 20 - 21.
- CEPAL. (2012). Las Políticas Económicas de Keynes. *Revista CEPAL 108*.
- CEPAL, Jimenez, J., & Podestá, A. (2009). *Inversión, incentivos fiscales y gastos tributarios en América Latina*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Cohen, M., & Baralla, G. (2012). *La situación de las PyMes en Latinoamérica*.
- Díaz, G., & Yasmín, K. (2001). *Desarrollo de imagen institucional del Colegio Santa María de Matellini de Chorrillos a través de la planificación estratégica*. Obtenido de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/human/diaz_gy/cap4.pdf
- Ekos & UIEM. (2013). PYMES 2013. *Abordo*, 2.
- EL COMERCIO. (28 de Octubre de 2014). *Alemania pone la mira en las PyMes de Latinoamérica*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/alemania-latinoamerica-pymes-economia-empresas.html>

- Erika, F., & Runza, P. (Septiembre de 2002). *Productividad: Un Estudio de Caso en un departamento de Siniestros*. Obtenido de http://www.ucema.edu.ar/posgrado-download/tesinas2002/Felsinger_MADE.pdf
- Espinosa, A., & Villegas, A. (Diciembre de 2000). *Los Incentivos a las exportaciones en Colombia*. Obtenido de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/derecho/dere2/Tesis31.pdf>
- Galindo, M. (2011). Crecimiento Económico. *ICE*, 39.
- Gobierno del estado de México. (2013). *Programa de Incentivos 2013*. México D.F.
- Goetzl, A. (2006). ¿Subsidios o Incentivos? *Actualidad Forestal Tropical*, 3.
- Gomez, M. (Enero de 2008). Diseño de estrategias que permitan a las organizaciones pasar a una . Querétaro, México. Obtenido de <http://fca.uaq.mx/files/investigacion/doctorado/tesis/MariaTeresaGomezSaldana.pdf>
- Guarino, N. (1998). *Formal Ontology and Information Systems*. Italia : IOS Press.
- Guerrero, R. (julio de 2007). *Perspectivas frente a la globalización*. Mèrida, Colombia.
- Heredia, E. (2010). *Desarrollo sustentable o sostenible*. Venezuela: UMBRAL.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (1991). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw- Hill Interamericana de México .
- Hernández, S. (2008). El Modelo Constructivista con las nuevas tecnologías: aplicado en el proceso de aprendizaje. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 26.
- Herrera, F. (1948). *Naturaleza, fines y definiciones de política económica*. Obtenido de <http://www.analesderecho.uchile.cl/index.php/ACJYS/article/view/4309/4199>
- Herrera, L., & Medina, A. (2004). *Tutoría de la Investigación científica*. Quito: Dimerino.
- Jaramillo, L. (06 de Agosto de 2003). *Facultad de Ciencias Sociales Universidad de Chile*. Obtenido de Facultad de Ciencias Sociales Universidad de Chile : <http://www2.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/18/jaramillo.htm>
- Kogut, B. (1985). En *Designin Global Strategies: Comparative and Competitive Value - added Chains* (págs. 15-28).
- Krugman, P., & Obstfeld, M. (2000). En *International Economics; Theory and Policy* (pág. 13). Addison - Wesley.
- Kuhn, T. (1962). *La estructura de las revoluciones científicas*. Universidad de Chicago.
- Macías, S. (2008). Productividad y Competitividad en las PYMES. *PYMES: Visión estratégica para el desarrollo económico y social*, 383.

- Martínez, M. (2006). La Investigación Cualitativa (Síntesis conceptual). *Revista de Investigación en Psicología Vol. 9 N°1*, 123 - 146.
- Melero, N. (2011). El paradigma crítico y los aportes de la investigación acción participativa en la transformación de la realidad social: un análisis desde las ciencias sociales. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Ministerio de Economía y Finanzas - Perú. (s.f.). *Ministerio de Economía y Finanzas*.
Obtenido de
http://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=section&id=26&Itemid=100694
- Nadal, A. (2002). *Contradicciones del modelo de economía abierta aplicado en México*. México: Casa Juan Pablos.
- Navarete, J. P. (2012). *Política Económica*. México: RED TERCER MILENIO.
- O'Kean, J. M. (09 de Mayo de 2013). *Economy Weblog*. Obtenido de ¿Qué es la Competitividad?: <http://economy.blogs.ie.edu/archives/2013/05/que-es-la-competitividad.php>
- Pontificia Universidad Católica del Perú. (18 de Febrero de 2013). *Pontificia Universidad Católica del Perú*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Perú: <http://calidad.pucp.edu.pe/el-asesor/que-es-la-competitividad-parte-2#sthash.A56BCcTr.ewhn3U5Z.dpbs>
- Pontón, C. (09 de Octubre de 2013). *Plan V*. Obtenido de <http://www.planv.com.ec/ideas/ideas/pymes-y-retos-gubernamentales>
- Porter, M. (1980). *Estrategia Competitiva*. Piramide.
- Rivera, J. (12 de 06 de 2010). *Gerencie.com*. Obtenido de Gerencie.com: <http://www.gerencie.com/politica-fiscal.html>
- Rojas, P., & Sepúlveda, S. (1999). *¿Qué es la Competitividad?* Costa Rica: IICA.
- Romo, D., & Abdel, G. (2005). Sobre el Concepto de Competitividad. En *Comercio Exterior* (pág. 200).
- Sánchez, G. V. (2006). Introducción a la teoría económica. Un enfoque latinoamericano. México: Prentice Hall. 2da edición.
- Sanford, B. (2008). *Introducción a los fundamentos de la regulación de incentivos*. Obtenido de http://bear.warrington.ufl.edu/centers/purc/docs/papers/sp_08.pdf
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). Transformación de la Matriz Productiva. Quito: SENPLADES.

- SENPLADES. (08 de 2012). *La Planificación: Un instrumento para consolidar la regionalización*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/La-Planificaci%C3%B3n.pdf>
- Solis, A., & Angelelli, P. (2002). *Políticas de apoyo a la pequeña empresa en 13 países de América Latina*. Washington D.C.
- Universidad de Kennedy. (s.f.). *Perspectiva Constructiva de Piaget*.
- Universidad de la Salle. (11 de Febrero de 2009). *Paradigma Crítico: La alternativa mas adecuada para el maestro investigador*. Bogotá.
- Universidad Experimental Libertador. (2006). *Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestrías y Tesis Doctorales*. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
- Uxó Gonzales, J. (13 de 04 de 2015). *Expansión.com*. Obtenido de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/crecimiento-economico.html>
- Vargas Sánchez, G. (2006). *INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA ECONÓMICA UN ENFOQUE LATINOAMERICANO*. Mexico: Pearson Educación.
- Ynfante, R. E. (26 de 11 de 2008). *Gestipolis.com*. Obtenido de Gestipolis: <http://www.gestipolis.com/organizacion-talento/incentivos-y-la-motivacion.htm>
- Zabala, J. (6 de Marzo de 2011). *El Filósofo sin Filosofía*. Obtenido de <http://elfilosofosinfilosofia.blogspot.com/2011/03/axiologia-de-los-valores-segun-max.html>
- Zaitat, A. (Sábado 09 de Abril de 2011). *Página 12*. Obtenido de <http://www.pagina12.com.ar/diario/economia/2-165888-2011-04-09.html>