

**Factores que determinan la Competitividad de las MIPYMES de Servicios en  
Guayaquil – Ecuador durante el periodo 2015 – 2019**

Jazmín del Rocío Silvera Fajardo

Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad de Guayaquil

Contaduría Pública Autorizada

CPA. Dennise Ivonne Quimi Franco, Mgs

Marzo - 2021

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN		
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Factores que determinan la competitividad de las MIPYMES de servicios en Guayaquil – Ecuador durante el periodo 2015 – 2019	
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Silvera Fajardo Jazmín del Rocío	
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	CPA. Quimi Franco Dennise Ivonne, Mgs	
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil	
UNIDAD/FACULTAD:	Ciencias Administrativas	
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Contaduría Pública Autorizada	
GRADO OBTENIDO:	Contador Público Autorizado	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	Marzo 2021	No. DE PÁGINAS   86
ÁREAS TEMÁTICAS:	Economía Social, Emprendimiento y Finanzas	
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	MIPYMES, Competitividad, Emprendedores, Estrategias, Economía Nacional.	
<b>RESUMEN/ABSTRACT</b> (150-250 palabras): La competitividad de las MIPYMES se ha convertido en una importante línea de investigación no sólo para los académicos sino también para los emprendedores, es por esto que el objetivo general de la presente investigación es definir los factores que determinan la competitividad de las MIPYMES de servicios en la ciudad de Guayaquil durante el periodo 2015 – 2019. Adicionalmente la importancia que tienen para la economía nacional, debido a que representan un extenso grupo generador de empleo y desarrollo que nutre la economía del país. Se utilizó las técnicas de la entrevista a profesionales en economía o carreras afines y la encuesta a personas emprendedoras. La primera técnica tiene como finalidad la de conocer sus criterios y recomendaciones ante las barreras que limitan el desarrollo competitivo de las MIPYMES. La segunda con el propósito de evidenciar la preocupación de aquellos emprendedores que ven su desarrollo estructural, competitivo y funcional estancado. Luego de la argumentación teórica sobre la problemática, la reflexión y análisis de la información recabada, se proponen estrategias razonables que les permita a las MIPYMES enfrentar y adaptarse a los cambios futuros, a ser más competitivas y por ende mantenerse en el mercado. Finalmente las conclusiones y recomendaciones respectivas.		
ADJUNTO PDF:	SI ( X )	NO
CONTACTO CON AUTOR/ES: Silvera Fajardo Jazmín del Rocío	Teléfono: 0989881735	E-mail: <a href="mailto:Jazmin.silveraf@ug.edu.ec">Jazmin.silveraf@ug.edu.ec</a>
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Abg. Elizabeth Coronel Castillo	
	Teléfono: (04) 259-6830	
	E-mail: <a href="mailto:elizabeth.coronelc@ug.edu.ec">elizabeth.coronelc@ug.edu.ec</a>	



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA



3

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado **CPA. Dennise Ivonne Quimi Franco**, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por **Silvera Fajardo Jazmín del Rocío** con C.I. No. **0923064299**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Contador Público Autorizado .

Se informa que el trabajo de titulación: “**Factores que determinan la competitividad de las MIPYMES de servicios en Guayaquil – Ecuador durante el periodo 2015 – 2019**”, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio URKUND quedando el 6 % de coincidencia.



Document Information

Analyzed document	TESIS SILVERA.docx (D96739632)
Submitted	2/28/2021 12:07:00 AM
Submitted by	Dennise Quimi Franco
Submitter email	dennise.quimif@ug.edu.ec
Similarity	6%
Analysis address	maylie.almeidag.ug@analysis.arkund.com

Sources included in the report

<b>SA</b>	<b>gonzabay meza y parrales vera tesis.docx</b> Document gonzabay meza y parrales vera tesis.docx (D80420047)	2
<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL / ICT-022-2020- GENESIS ALVARADO - SIN CITAS.docx</b> Document ICT-022-2020- GENESIS ALVARADO - SIN CITAS.docx (D80430228) Submitted by: milton.manosalvasto@ug.edu.ec Receiver: tatiana.chanp.ug@analysis.arkund.com	2

<https://secure.arkund.com/view/92336803-267718-814377#/>

**CPA. Dennise Ivonne Quimi Franco**  
**C.I. 0924453582**  
**FECHA: 28-02-2021**



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA**



4

**MODELO DE LA PORTADA Y DEL LOMO PARA LA ENTREGA DE LOS EMPASTADOS**

**PORTADA DEL EMPASTADO**



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA**

**“FACTORES QUE DETERMINAN LA  
COMPETITIVIDAD DE LAS MIPYMES DE SERVICIOS  
EN GUAYAQUIL – ECUADOR DURANTE EL PERIODO  
2015 – 2019”**

**AUTOR  
JAZMÍN DEL ROCÍO SILVERA FAJARDO  
TUTOR  
CPA. DENNISE IVONNE QUIMI FRANCO, Mgs**

**GUAYAQUIL, MARZO 2021**

**LOMO**



**“FACTORES QUE DETERMINAN LA COMPETITIVIDAD DE  
LAS MIPYMES DE SERVICIOS EN GUAYAQUIL – ECUADOR  
DURANTE EL PERIODO 2015 – 2019”**

**2021**



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA**



**CERTIFICADO DEL DOCENTE-TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Guayaquil,

Ing. Erick Paúl Murillo Delgado, Mgs  
Director de la Carrera de Contaduría Pública Autorizada  
En su despacho. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación **Factores que determinan la competitividad de las MIPYMES de Servicios en Guayaquil-Ecuador durante el período 2015-2019** del estudiante **Silvera Fajardo Jazmín del Rocío**, indicando que ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que el estudiante está apto para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

---

**CPA. Dennise Ivonne Quimi Franco**  
**C.I. 0924453582**  
**FECHA: 28-02-2021**

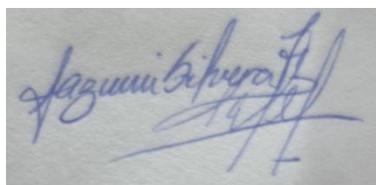
**DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y DE AUTORIZACIÓN DE LICENCIA GRATUITA  
INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA  
OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA**

---

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO COMERCIAL DE LA OBRA CON  
FINES NO ACADÉMICOS**

Yo, **Silvera Fajardo Jazmín del Rocío**, con C.I. No. **0923064299**, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “**Factores que determinan la competitividad de las MIPYMES de Servicios en Guayaquil-Ecuador durante el período 2015-2019**” son de mi absoluta propiedad y responsabilidad, en conformidad al Artículo 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN\*, autorizo/amo la utilización de una licencia gratuita intransferible, para el uso no comercial de la presente obra a favor de la Universidad de Guayaquil.



---

Jazmín Del Rocío Silvera Fajardo  
C.I.No. 0923064299

## **Dedicatoria**

Dedico mi tesis primeramente a Dios por ser increíblemente bondadoso, quien me bendice cada día y me permite soñar con un futuro mejor, quién ha guiado mis pasos y forjado mi camino y me ha dado las fuerzas que se necesitan para salir adelante y no desfallecer.

A mis amados hijos Jerico y Mateo por ser fuente de inspiración y motivación para superarme cada día más y continuar con el objetivo de alcanzar todas mis metas y a mi madre quien ha sido y será siempre un pilar fundamental en mi vida.

## **Agradecimiento**

Inicialmente a Dios por su amor incondicional y su protección, por estar presente en cada día de mi vida y por permitirme encomendarle a mi familia, mis luchas, mis alegrías y todo lo que me propongo alcanzar.

Gracias a mis hijos que son mi luz, mi fuerza y quienes me motivan a seguir adelante y proponerme muchas más metas que con la bendición de Dios podamos alcanzar juntos.

Agradezco a los docentes de la escuela de Contaduría Pública de la Universidad de Guayaquil por haber compartido sus conocimientos y experiencias a lo largo de estos cuatro años, conocimientos que me guiarán en mis decisiones como profesional por el sendero del progreso y la libertad. De manera especial quiero agradecer a mi tutora CPA. Dennise Quimi Franco por su paciencia, dedicación y confianza, a quien le guardo admiración y respeto por ser una excelente persona y por sus logros alcanzados. Gracias también a todas aquellas personas que sumaron en mi vida y que durante estos años estuvieron apoyándome incondicionalmente para que éste sueño sea una realidad.

## Tabla de Contenido

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD .....	3
CERTIFICADO DEL DOCENTE-TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	5
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y DE AUTORIZACIÓN DE LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS .....	6
Dedicatoria.....	7
Agradecimiento.....	8
Lista de Tablas .....	14
Lista de Figuras.....	15
Resumen.....	16
Introducción .....	18
Capítulo I .....	20
El Problema.....	20
1.1 Planteamiento del Problema.....	20
1.2 Formulación y Sistematización de la Investigación .....	21
1.2.1 Formulación de la Pregunta de Investigación .....	21
1.2.2 Sistematización de la Pregunta de Investigación .....	21
1.3 Objetivos .....	21
1.3.1 Objetivo General .....	21

	10
1.3.2 Objetivos Específicos .....	21
1.4 Justificación.....	22
1.4.1 Justificación Teórica .....	22
1.4.2 Justificación Práctica.....	22
1.4.3 Justificación Metodológica .....	22
1.5 Delimitación de la Investigación.....	23
1.6 Hipótesis.....	23
1.6.1 Variable Independiente .....	23
1.6.2 Variable Dependiente .....	23
1.6.3 Operacionalización de las Variables .....	24
Capítulo II.....	25
Marco Referencial.....	25
2.1 Antecedentes de la Investigación .....	25
2.2 Marco Teórico .....	27
2.2.1 Pyme.....	27
2.2.2 Liderazgo.....	28
2.2.3 Competitividad.....	29
2.2.4 Productividad .....	29
2.2.5 Innovación.....	30
2.2.6 Innovación en las MIPYMES .....	31

	11
2.2.7 Tecnología.....	32
2.2.8 Calidad de Servicio .....	33
2.2.9 Calidad Financiera.....	33
2.2.10 Calidad Crediticia.....	34
2.2.11 Recursos Financieros.....	35
2.2.12 Estrategias Competitivas .....	36
2.3 Marco Contextual .....	36
2.4 Marco Conceptual .....	38
2.5 Marco Legal .....	40
2.5.1 Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.....	40
2.5.2 Ley Orgánica para la Reactivación de la Economía, Fortalecimiento de la Dolarización y Modernización de la Gestión Financiera.....	52
2.5.3 Emisión de Registro Único de MIPYMES .....	52
2.5.4 Principales Disposiciones Tributarias Aplicables a las MIPYMES.....	53
2.5.5 Beneficios en Materia de Impuesto a la Renta (IR) para MIPYMES: .....	53
2.5.6 Régimen Impositivo para Microempresas .....	54
2.5.7 Deberes Formales y Materiales según Normativa Tributaria Vigente .....	56
Capítulo III.....	57
Marco Metodológico.....	57
3.1 Diseño de la Investigación .....	57

	12
3.2 Tipo de Investigación .....	58
3.2.1 Investigación Descriptiva.....	58
3.2.2 Investigación Explicativa.....	58
3.3 Población y Muestra.....	59
3.3.1 Población.....	59
3.3.2 Muestra.....	60
3.4 Técnicas e Instrumentos de Investigación.....	60
3.4.1 Técnicas de Investigación .....	60
3.4.2 Instrumentos de Investigación.....	62
3.5 Análisis de Resultados .....	63
3.5.1 Entrevista Realizada a Economistas y Profesionales en Carreras afines. ....	63
3.5.2 Desarrollo e Interpretación de la Encuesta.....	71
3.5.3 Análisis de los Resultados.....	81
3.6 Validación de la Hipótesis.....	83
Capítulo IV.....	84
La Propuesta.....	84
4.1 Tema.....	84
4.2 Título .....	84
4.3 Justificación de la Propuesta .....	84
4.4 Objetivos de la Propuesta .....	85

	13
4.4.1 Objetivo General .....	85
4.4.2 Objetivos Específicos .....	85
4.5 Fundamentos de la Propuesta.....	85
4.6 Desarrollo de la Propuesta.....	85
4.6.1 Matriz FODA .....	86
4.6.2 Diversificar el Servicio.....	88
4.6.3 Formar Parte de Foros y Redes Sociales Donde Interactúan Potenciales Clientes	88
4.6.4 Capacitación Enfocada al Desarrollo Empresarial y Emprendedor .....	89
4.6.5 Aprovechar Plan de Gobierno para Digitalizar a las MIPYMES.....	89
4.6.6 Fidelizar al Cliente .....	90
4.6.7 Buscar otras Opciones de Financiar un Emprendimiento. ....	91
Conclusiones .....	92
Recomendaciones .....	93
Referencias Bibliografía .....	94
Apéndices.....	98
Apéndice A.- Modelo de entrevista realizada a profesionales en economía .....	98
Apéndice B.- Modelo de Encuesta Realizada a Personas Propietarias de una MIPYMES .....	99

## Lista de Tablas

<b>Tabla 1</b> Operacionalización de las Variables de Investigación.....	24
<b>Tabla 2</b> Participación Nacional por Tamaño de Empresas - 2019.....	37
<b>Tabla 3</b> Beneficios Tributarios para Microempresarios.....	52
<b>Tabla 4</b> Tiempo de Inicio de los Emprendimientos .....	71
<b>Tabla 5</b> Número de Personas que Laboran en el Negocio .....	72
<b>Tabla 6</b> Importancia de la Opinión de los Clientes.....	73
<b>Tabla 7</b> Innovación en el Servicio.....	74
<b>Tabla 8</b> Factor Competitivo Difícil de Enfrentar .....	75
<b>Tabla 9</b> Financiamiento de Puesta en Marcha .....	76
<b>Tabla 10</b> Conocer Principales Competidores.....	77
<b>Tabla 11</b> Capacitación Útil Enfocada al Servicio .....	78
<b>Tabla 12</b> Escaso Conocimiento en Áreas Específicas .....	79
<b>Tabla 13</b> Contar con Estrategias de Expansión.....	80
<b>Tabla 14</b> Aspectos Positivos para la Validación de la Hipótesis .....	83
<b>Tabla 15</b> Matriz FODA - Análisis de las MIPYMES .....	87

## Lista de Figuras

<b>Figura 1</b> Participación Nacional por Tamaño de Empresa - 2019.....	37
<b>Figura 2</b> Tiempo de Inicio de Emprendimiento.....	71
<b>Figura 3</b> Número de Personas que Laboran en el Negocio.....	72
<b>Figura 4</b> Importancia de la Opinión de los Clientes .....	73
<b>Figura 5</b> Innovación del Servicio.....	74
<b>Figura 6</b> Factor Competitivo Difícil de Enfrentar .....	75
<b>Figura 7</b> Financiamiento de Puesta en Marcha.....	76
<b>Figura 8</b> Conocer Principales Competidores .....	77
<b>Figura 9</b> Capacitación útil enfocada al Servicio .....	78
<b>Figura 10</b> Escaso Conocimiento en Áreas Específicas .....	79
<b>Figura 11</b> Contar con Estrategias de Expansión .....	80



**RESUMEN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN (ESPAÑOL)**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA**



---

**“FACTORES QUE DETERMINAN LA COMPETITIVIDAD DE LAS MIPYMES DE SERVICIOS EN GUAYAQUIL – ECUADOR DURANTE EL PERIODO 2015 – 2019”**

**Autor:** Silvera Fajardo Jazmín del Rocío

**Tutor:** CPA. Dennise Ivonne Quimi Franco, Mgs.

**Resumen**

La competitividad de las MIPYMES se ha convertido en una importante línea de investigación no sólo para los académicos sino también para los emprendedores, es por esto que el objetivo general de la presente investigación es definir los factores que determinan la competitividad de las MIPYMES de servicios en la ciudad de Guayaquil durante el periodo 2015 – 2019. Adicionalmente la importancia que tienen para la economía nacional, debido a que representan un extenso grupo generador de empleo y desarrollo que nutre la economía del país. Se utilizó las técnicas de la entrevista a profesionales en economía o carreras afines y la encuesta a personas emprendedoras. La primera técnica tiene como finalidad la de conocer sus criterios y recomendaciones ante las barreras que limitan el desarrollo competitivo de las MIPYMES. La segunda con el propósito de evidenciar la preocupación de aquellos emprendedores que ven su desarrollo estructural, competitivo y funcional estancado. Luego de la argumentación teórica sobre la problemática, la reflexión y análisis de la información recabada, se proponen estrategias razonables que les permita a las MIPYMES enfrentar y adaptarse a los cambios futuros, a ser más competitivas y por ende mantenerse en el mercado. Finalmente las conclusiones y recomendaciones respectivas.

**Palabras Claves:** MIPYMES, Competitividad, Emprendedores, Estrategias, Economía Nacional.



**RESUMEN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN (INGLÉS)  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA  
AUTORIZADA**



---

**“FACTORS THAT DETERMINE THE COMPETITIVENESS OF SERVICES MIPYMES  
IN GUAYAQUIL - ECUADOR DURING THE PERIOD 2015-2019”**

**Author:** Silvera Fajardo Jazmín del Rocío

**Advisor:** CPA. Quimí Franco Dennise Ivonne, Mgs.

**Abstract**

The competitiveness of MSMEs has become an important line of research not only for academics but also for entrepreneurs, which is why the general objective of this research is to define the factors that determine the competitiveness of MSMEs of services in the city of Guayaquil during the period 2015 - 2019. Additionally, the importance they have for the national economy, because they represent an extensive group that generates employment and development that nourishes the country's economy. The techniques of interviewing professionals in economics or related careers and the survey of entrepreneurs were used. The first technique is aimed at knowing their criteria and recommendations in the face of the barriers that limit the competitive development of MSMEs. The second has the purpose of demonstrating the concern of those entrepreneurs who see their structural, competitive and functional development stagnant. After the theoretical argumentation on the problem, reflection and analysis of the collected information, reasonable strategies are proposed that allow MSMEs to face and adapt to future changes, to be more competitive and therefore stay in the market. Finally the respective conclusions and recommendations.

**Keywords:** MSMEs, Competitiveness, Entrepreneurs, Strategies, National Economy.

## Introducción

En el Ecuador las empresas constituidas y consideradas como MIPYMES representan el 99,5 % del total de empresas. La creación de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) se ha convertido en la principal alternativa para enfrentar la pobreza y el desempleo cumpliendo así un rol de vital importancia para la economía del país. Sin embargo los que deciden emprender un negocio dependen en gran parte de las oportunidades que tengan para generar ingresos, desarrollarse, adaptarse a las circunstancias económicas que enfrenta el país y elevar la capacidad para competir en un mercado local.

Actualmente las MIPYMES cuentan con un nivel bajo de productividad, es por esto que deben ir adquiriendo ciertas características que les permita contar con una base sólida, para con el pasar del tiempo se pueda observar grandes cambios. Así pues, si tiene como siguiente paso expandir su negocio, debe de ser competitiva y a la hora de alcanzar estándares de competitividad, no sólo hay que ser productivo sino también eficiente en costos y en el servicio que prestan, contar con formación, capacitación y planes estratégicos entre otros. Es por esto que la presente investigación tiene como propósito analizar aquellos factores que determinan la competitividad de las MIPYMES de servicios en Guayaquil. Su estructura consta de cuatro capítulos:

En el capítulo I se detalla el planteamiento del problema que es el punto de inicio de la investigación, los objetivos, la justificación e hipótesis.

En el capítulo II se redactan las bases teóricas, es decir, todos los conceptos puntos de vista o enfoques de expertos que son necesarios para el desarrollo de la investigación.

En el capítulo III se describe a detalle la metodología utilizada en la investigación que ha sido de tipo documental ya que se ha recurrido a diferentes fuentes como tesis, periódicos, revistas científicas y páginas web para la obtención de información relevante y confiable.

En el capítulo IV se proponen estrategias con la finalidad de mejorar la posición competitiva de las MIPYMES luego se concluye destacando la importancia de las estrategias en todo emprendimiento y que la ausencia de ellas y de ciertas herramientas básicas que debe tener todo empresario limita su desarrollo y finalmente se recomienda mantenerse actualizado constantemente en todos los ámbitos ya que es factor clave para innovar, producir y crecer en un mercado que siempre será competitivo.

## Capítulo I

### El Problema

#### 1.1 Planteamiento del Problema

La mayoría de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en América Latina son organizaciones informales que nacieron gracias a los procesos de integración social promoviendo la globalización económica y su crecimiento en estas economías es el resultado de una convergencia de hechos. Se conoce que a nivel mundial las organizaciones de todos los sectores enfrentan cambios significativos debido a factores tanto internos como externos. En los servicios, por ejemplo, en el sector turístico mexicano el tipo de empresa predominante es la MIPYMES, al igual que en algunos segmentos del comercio mayorista y minorista; mientras que los sectores de comunicaciones y servicios financieros son manejados por grandes empresas.

En el Ecuador las MIPYMES se desarrollan y se adaptan a las circunstancias económicas que enfrenta el país, buscando o creando oportunidades que en su gran mayoría nacen de una necesidad. De acuerdo al criterio de la (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS), s.f.) , las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) son unidades económicas compuestas entre 1 y 199 trabajadores. De las 842,936 firmas existentes que registra el INEC, el 90.64% son de tamaño micro, el 7.35% pequeño, el 1.53% mediano y el 0.48% grande.

El crecimiento de las MIPYMES en la ciudad de Guayaquil ha sido notorio en los últimos años y ha ejercido influencia de manera directa en la economía del país por ser la ciudad más poblada con 2.6 millones de habitantes. Las instituciones financieras públicas o privadas han aportado al desarrollo de los emprendimientos brindando acceso a préstamos que incentivan a crear o a continuar con sus negocios. Estos pequeños emprendimientos específicamente los que ofrecen servicios y que satisfacen una demanda ya existente se han visto en la obligación de analizar la

competitividad su estructura y evolución para permitirles identificar la dinámica en éste sector que crece libremente debido a múltiples factores.

## **1.2 Formulación y Sistematización de la Investigación**

### ***1.2.1 Formulación de la Pregunta de Investigación***

¿De qué manera se puede analizar los factores que determinan la competitividad de las MIPYMES de Servicios en Guayaquil?

### ***1.2.2 Sistematización de la Pregunta de Investigación***

- ¿Cómo se establece la participación por parte de las MIPYMES en el crecimiento económico de los últimos años?
- ¿Cuáles son los factores que inciden en la competitividad de las MIPYMES?
- ¿De qué forma se evalúa la competencia de las MIPYMES en Guayaquil?
- ¿Cómo formular estrategias que generen un aporte para las MIPYMES de servicios de Guayaquil?

## **1.3 Objetivos**

### ***1.3.1 Objetivo General***

Analizar los factores que determinan la competitividad de las MIPYMES de Servicios en Guayaquil durante el período 2015-2019

### ***1.3.2 Objetivos Específicos***

- Determinar el rol que ocupan las MIPYMES en el desarrollo de la economía en los Últimos Años.
- Describir los factores relevantes en la competitividad de las MIPYMES
- Evaluar la competencia de las MIPYMES en Guayaquil

- Establecer estrategias para mejorar el desempeño de las MIPYMES de servicios en Guayaquil.

## **1.4 Justificación**

### ***1.4.1 Justificación Teórica***

El presente trabajo de investigación se realiza con la finalidad de reconocer los factores que determinan la competitividad de las MIPYMES de servicios en la ciudad de Guayaquil, la importancia que tienen para la economía nacional, su crecimiento competitivo en los años 2015 – 2019, y por último con la finalidad de establecer estrategias que permitan mejorar la posición competitiva de las mismas, todo esto haciendo uso de artículos y tesis similares que representan un gran aporte al ámbito investigativo.

### ***1.4.2 Justificación Práctica***

La presente investigación se desarrolla debido a la necesidad no sólo de analizar los factores que determinan la competitividad de las MIPYMES de servicios en Guayaquil sino de realizar un aporte a la comunidad universitaria dado que el desarrollo integral de la sociedad es el principal objetivo de la universidad y consecuentemente es la fuente de emisión de ideas, opiniones, proyectos, análisis e investigaciones, seguido también se desarrolla con la finalidad de proponer estrategias que brinden una solución a la problemática, ya que se conoce que el objetivo que persigue toda empresa independientemente de su tamaño, es estar lista para afrontar los desafíos del mercado.

### ***1.4.3 Justificación Metodológica***

El presente trabajo de investigación se elabora con base en la información que se logra recopilar sobre la competitividad de las MIPYMES de servicios en Guayaquil desde el año 2015 hasta el año 2019, desarrollando un proceso sistemático que incluye la aplicación de una

investigación descriptiva y bibliográfica, de modo que se utilizarán fuentes primarias y secundarias. Mediante entrevistas a profesionales en el sector económico se analizan los factores de incidencia, los mismos que permitirán establecer conclusiones y recomendaciones. Los datos se obtendrán mediante las bases de datos del (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), s.f.), y (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS), s.f.)

### **1.5 Delimitación de la Investigación**

La información que será considerada para el presente trabajo de investigación estará segmentado en el sector de las MIPYMES de servicios de la ciudad Guayaquil, enmarcado dentro del periodo 2015 – 2019 y se cumplirá con lo exigido entorno al nivel investigativo y esquema de presentación para proyectos de tesis por la Universidad de Guayaquil.

### **1.6 Hipótesis**

Si se diseñan estrategias mejoraría la competitividad de las MIPYMES de Servicios en Guayaquil basados en el período 2015-2019

#### ***1.6.1 Variable Independiente***

Estrategias

#### ***1.6.2 Variable Dependiente***

Mejoras en la competitividad

### 1.6.3 Operacionalización de las Variables

**Tabla 1**

*Operacionalización de las Variables de Investigación*

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERATIVA	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS O PREGUNTAS	TÉCNICA	INSTRUMENTOS
<b>Independiente</b> Estrategias	La estrategia es un plan dispuesto para tomar decisiones mediante el cual se busca alcanzar uno o varios objetivos y para enfrentar determinados escenarios. (Westreicher, economipedia.com, 2019)	Reducir costos y maximizar inversión: Poder realizar más cosas gastando menos.	Planificación	Costos eficientes y costos efectivos	¿Al reducir los costos reduce la calidad del servicio?	ENTREVISTA Y ENCUESTA	CUESTIONARIO PARA ENTREVISTAS Y ENCUESTAS
		Satisfacer al cliente: gestionar sus expectativas y responder de manera estratégica a sus necesidades	Comunicación	Índice de Satisfacción	¿Cómo logra que el cliente opte por su servicio y no por el de la competencia?	ENTREVISTA Y ENCUESTA	CUESTIONARIO PARA ENTREVISTAS Y ENCUESTAS
		Innovación y desarrollo: crear nuevos servicios	Sostenibilidad	Liquidez y rentabilidad del negocio	¿Cuenta con los recursos financieros necesarios para innovar o mejorar el servicio que ofrece?	ENTREVISTA Y ENCUESTA	CUESTIONARIO PARA ENTREVISTAS Y ENCUESTAS
<b>Dependiente</b> Mejora en competitividad	La competitividad es la capacidad que tiene una persona o empresa para desarrollar ventajas competitivas con respecto a sus competidores. (Roldán, economipedia.com, 2018)	Optimizar los procesos de trabajo: Mejoramiento continuo para alcanzar objetivos establecidos	Desempeño y desarrollo	Promedio de tiempo, costo, capacidad y calidad.	¿Realiza un seguimiento de los recursos utilizados para ofrecer el servicio?	ENTREVISTA Y ENCUESTA	CUESTIONARIO PARA ENTREVISTAS Y ENCUESTAS

*Nota.* Datos obtenidos de las investigaciones sobre los factores de la Competitividad de las MIPYMES.

## Capítulo II

### Marco Referencial

#### 2.1 Antecedentes de la Investigación

Como indica (Nicola, 2015), en su trabajo de investigación titulado “Análisis sectorial de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) de la Provincia del Guayas, periodo 2011 – 2013” planteó como objetivo general analizar la participación de la MIPYMES en los procesos de producción y generación de empleo y su vinculación en el sector financiero de la economía, periodo 2011 -2013. Llegando a la conclusión de que por múltiples factores las MIPYMES han incidido con su participación en el crecimiento de Producto Interno Bruto, en la generación de empleos y en la producción en la provincia del Guayas durante el periodo 2011 – 2013, y se relaciona con la presente investigación, por tanto será de utilidad al momento de fundamentar el comportamiento de las MIPYMES en el mercado en años anteriores.

Según (Bermeo, 2018), en su trabajo de investigación titulado “Factores determinantes de la competitividad de las Pymes de servicios en la ciudad de Guayaquil” planteó como objetivo general identificar los factores determinantes que influyen en la competitividad de pymes de servicios en la ciudad de Guayaquil para mantener un emprendimiento sostenible. Llegando a la conclusión que entre las características más relevantes que se puede mencionar son que las pymes son típicamente familiares, en donde el capital en casi su totalidad es aportado por el dueño, quien ejecuta la parte administrativa o gerencial, y es también quien realiza los trámites y contrata personal para su negocio y se relaciona con la presente investigación, por tanto serán aplicables los conceptos y conocimientos que nos brinda para emplearla como referencia a nuestro tema de investigación.

De acuerdo con (Perez, 2018), en su trabajo de investigación titulado “Análisis de la incidencia de los Créditos sobre las nuevas MIPYMES en la ciudad de Guayaquil.” planteó como objetivo general determinar la incidencia de los créditos sobre la creación de MIPYMES y la importancia de las personas y empresas emprendedoras para alcanzar el buen vivir en las comunidades de Guayaquil. Llegando a la conclusión de que los principales actores involucrados en los créditos son siempre personas de capacidad económica viable que quieren o buscan un crédito con el fin de establecer causales sostenido de que su actividad enrumba a nuevos desafíos, sin embargo, no hay el respaldo económico y muchas veces buscan créditos no aconsejables y caros que repercuten en las operaciones que realizan y que no permite el crecimiento de la PYME y se relaciona con la presente investigación por tanto nos ayudará a fundamentar ciertos criterios expuestos en nuestro tea de investigación.

Según (Fuentes, 2019), en su trabajo de investigación titulado “Análisis de las condiciones de infraestructura nacional, que permitan la generación y aprovechamiento de ventajas competitivas en las MIPYMES del sector turístico de la Provincia del Carchi” planteó como objetivo general analizar las condiciones de infraestructura nacional, que permitan la generación y aprovechamiento de ventajas competitivas en las MIPYMES del sector turístico de la provincia del Carchi. Llegando a la conclusión de que la infraestructura de viabilidad, telecomunicación y educación intervienen directamente en el Turismo de la provincia del Carchi. Es decir, al no contar con estas en óptimas condiciones perjudica en la productividad y en la competitividad, se relaciona con la presente investigación, por tanto será conveniente el uso de la información contenida como referencia para el presente trabajo de investigación.

Según (Arteaga & Zambrano, 2020), en su trabajo de investigación titulado “Estudio de Mercado de servicios de asesoría y consultoría a MIPYMES de la zona de planificación 8 de Ecuador” planteó como objetivo general Analizar la situación actual del servicio de asesoría y consultoría para micro, pequeñas y medianas empresas de la Zona 8 (Guayaquil). Llegando a la conclusión que el servicio ofertado actualmente ha sido calificado como satisfactorio en base a dos criterios como lo confirmaron los expertos entrevistados.

Primero la constancia de la prestación del servicio de manera mensual; y segundo la capacitación constante. En las encuestas realizadas el empresario de la zona 8 demanda asesoría y consultoría en el área contable, tributaria y administrativa, cuyo costo de oportunidad este representado en términos monetarios entre \$400 y \$800, acompañado de exigencias profesionales y se relaciona con la presente investigación, por tanto se lo empleará como referencia para fundamentar la tesis y el diseño de estrategias para mejorar la competitividad de las MIPYMES de servicios en Guayaquil.

## **2.2 Marco Teórico**

Para el desarrollo del presente trabajo de tesis se ha utilizado conceptos y teorías de diferentes autores, con la cual se dará sustento a la propuesta que es diseñar estrategias que mejoren la competitividad de las MIPYMES de Servicios en la ciudad de Guayaquil

### **2.2.1 Pyme**

Como expresa (Westreicher, 2015) Pyme es el acrónimo utilizado a la hora de hablar de pequeñas y medianas empresas. Estas, generalmente suelen contar con un bajo número de trabajadores y de un volumen de negocio e ingresos moderados en comparación con grandes corporaciones industriales o mercantiles.

Las empresas se clasifican según su tamaño en pequeñas, medianas y grandes. Así pues, al conjunto de las dos primeras se le denomina de forma abreviada PYMES (pequeñas y medianas empresas), pero ante el avance emprendedor de los microempresarios se le suma a éste grupo las microempresas y surge de ésta manera el término MIPYMES (micro, pequeñas y medianas empresas).

Como expresa (Galán, 2015) un emprendedor es una persona que tiene la capacidad de descubrir e identificar algún tipo de oportunidad de negocios. Así, en base a ello, organiza una serie de recursos con el fin de darle inicio a un proyecto empresarial. Suele entenderse como aquel que se convierte en creador o fundador de una iniciativa de negocios o empresarial. Esto, individualmente o actuando como colaborador en unión a otros individuos ayudando a realizarlo.

Conforme a lo expresado en el párrafo anterior el emprendedor es una persona que cuenta con la actitud y la aptitud para saber reconocer las oportunidades y emprender nuevos retos tomando riesgos económicos y emocionales. El emprendedor es capaz de crear un plan estratégico y se caracteriza por lo general en ser valiente, competente y sobre todo disciplinado.

### **2.2.2 Liderazgo**

Se entiende por liderazgo a la habilidad que tiene una persona para dirigir, organizar, influir y sobre todo motivar positivamente a otra persona o grupos de personas a realizar actividades cuyo resultado beneficia a todos. Según (Pablo Orellana Nirian, 2019) coincide que el liderazgo es la acción de influir en un grupo de personas con el objetivo de trabajar en equipo y en torno a un propósito, ha cobrado vital relevancia en la actualidad debido a la escasez de personas con habilidades para conducir equipos y alcanzar objetivos por sobre el promedio.

### **2.2.3 Competitividad**

Desde el punto de vista de (Roldán, 2016) la competitividad es la capacidad de una persona u organización para desarrollar ventajas competitivas con respecto a sus competidores. Obteniendo así una posición destacada en su entorno. Generalmente se basa en una ventaja competitiva, esto es una cierta habilidad, recursos, tecnología o atributos que hacen superior al que la posee. Se trata de un concepto relativo donde se compara el rendimiento de una persona u organización con respecto a otras.

La principal variable es la competitividad que se define como la capacidad con la que cuenta una entidad con o sin fines de lucro para poder competir. A nivel económico la competitividad juega un papel fundamental en empresas y países, determinando así la facultad de cada uno para poder mantenerse en el mercado. Está orientada a generar factores productivos y económicos, está determinada por la productividad.

Cuando una empresa busca competitividad quiere decir que está planteando nuevo sistema de negocios y estrategias de mercado que le permitan un crecimiento positivo y trascendente, y de esa manera ajustarse al modelo económico actual y la logra a base de experiencia y aprendizaje a través de los años.

### **2.2.4 Productividad**

De acuerdo con (Arias A. S., 2016) la productividad es una medida económica que calcula cuántos bienes y servicios se han producido por cada factor utilizado (trabajador, capital, tiempo, tierra, etc.) durante un periodo determinado. El objetivo es medir la eficiencia de producción por cada factor o recurso utilizado, entendiendo por eficiencia el hecho de obtener el mejor o máximo rendimiento utilizando un mínimo de recursos. Es decir, cuantos menos

recursos sean necesarios para producir una misma cantidad, mayor será la productividad y por tanto, mayor será la eficiencia.

De este modo se entiende que la productividad se puede definir como la relación directa entre la cantidad de bienes o servicios producidos con los recursos utilizados en un periodo de tiempo determinado. Se lo considera un indicador de eficiencia que ayuda a optimizar los recursos de una empresa sin importar su tamaño. En una MIPYMES de servicios, puede ser por ejemplo una peluquería, tiene la capacidad de atender a 16 personas en 8 horas y otra peluquería atiende a 24 personas en el mismo periodo de tiempo, se puede decir que la productividad es mayor en la segunda ya que obtiene mejores resultados, esto claramente debido a diferentes factores como la formación y la experiencia, la tecnología utilizada y la organización empresarial con la que cuenta.

### **2.2.5 Innovación**

Como sostiene (Vesga, 2017) La innovación es el proceso deliberado que permite el desarrollo de nuevos productos, servicios y modelos de negocios en las organizaciones. Este proceso debe llevar a resultados concretos y medibles y está asociado al desarrollo de un espíritu emprendedor en los individuos, es decir, a una actitud hacia el trabajo que se caracteriza por la permanente búsqueda de oportunidades y por la capacidad para articular recursos humanos y físicos con el objetivo de aprovecharlas.

Se entiende entonces que la innovación representa una importante alternativa que ayuda a cualquier organización específicamente a las MIPYMES a mantenerse en el mercado ya que genera un efecto positivo incrementando su competitividad y productividad, por ende, el desarrollo económico del sector y región en la que se desenvuelve.

### **2.2.6 Innovación en las MIPYMES**

La innovación empresarial según (Westreicher, 2020) es un cambio que se introduce al bien o servicio que ofrece una compañía, o a los procesos que se desarrollan dentro de la organización. Esto, a fin de alcanzar mayor competitividad. Es decir, este tipo de innovación corresponde a toda modificación en el producto que ofrece la empresa o dentro de sus procesos. Así, la idea de introducir este nuevo elemento es lograr mejores resultados en la compañía.

La apertura a otros mercados, la creciente competencia y mayor exigencia de los clientes caracteriza el entorno en el que deben competir las MIPYMES de servicios. Los dueños de los emprendimientos deben contar con las herramientas necesarias para incrementar su productividad y en consecuencia su competitividad, identificando la innovación en servicios como una prioridad, apoyada en la capacitación, el acceso a la tecnología, el mejoramiento de la calidad del servicio que ofrece y la reducción de costos innecesarios, teniendo en consideración que las MIPYMES son indispensables para el desarrollo del Ecuador.

Hoy la mayor parte de unidades económicas en el Ecuador y otras economías están representadas por las MIPYMES, sin embargo, son organizaciones que se encuentran vulnerables debido a la falta de planeación estratégica, gestión, control, innovación empresarial, innovación tecnológica, lo cual limita su desarrollo global. Es por esto que las MIPYMES deben establecer estrategias que las ayuden a sobrevivir y desarrollarse.

Los recursos con los que cuentan las grandes organizaciones, son las que tiene el de poder invertir en la generación o la compra de innovación, sin embargo, las MIPYMES debido a su tamaño posee la flexibilidad, así como la facilidad de integrarse a otras organizaciones o a los cambios económicos, lo cual las ayuda a obtener mejor respuesta ante nuevos retos.

Emprendedores ecuatorianos expresan que iniciar un negocio no es fácil y lo más difícil es mantenerse. Ellos sostienen también que las estrategias en el mercado, independientemente del producto o servicio que se ofrezca, siempre deben innovar y tener un recurso ante las eventualidades que puedan suscitarse.

### **2.2.7 Tecnología**

De acuerdo con (Roldán, 2017) la tecnología es el conjunto de conocimientos y técnicas que se aplican de manera ordenada para alcanzar un determinado objetivo o resolver un problema. Es una respuesta al deseo del hombre de transformar el medio y mejorar su calidad de vida. Incluye conocimientos y técnicas desarrolladas a lo largo del tiempo que se utilizan de manera organizada con el fin de satisfacer alguna necesidad. La palabra tecnología proviene de la unión de dos palabras griegas: «tekne», que es técnica, arte y, «logia», que significa destreza sobre algo.

Se comprende que tecnología se refiere a los conocimientos que el hombre ha aplicado para dar solución o satisfacer necesidades en todos los ámbitos de la vida diaria y su influencia en la vida de todas las personas es innegable, ya que desde las actividades más domésticas y cotidianas del ser humano hace uso de la misma.

La tecnología que se conoce actualmente ha sido primordial en el desarrollo de la humanidad y cuando se refiere a la utilizada en el ámbito empresarial representa el desarrollo de múltiples ventajas que le han permitido a las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas alcanzar una mejor eficiencia obteniendo mayores beneficios como el de mejorar la competitividad, la seguridad tanto interna como externa y poder reconocer las oportunidades que se presentan gracias al acceso a toda clase de información.

Todas las empresas independientemente de su tamaño, hacen uso de elementos básicos de tecnología como lo son, el celular y el computador. Sin embargo, actualmente existen elementos que requieren mayor inversión y a las que no todas las empresas mucho menos las MIPYMES tienen acceso por falta de recursos financieros ya sean propios o financiamiento por medio de créditos que otorga la banca.

La tecnología en el Ecuador es escasa por lo que surgen consecuencias para las MIPYMES con el tema del desarrollo y no se ha podido avanzar de manera correcta en el mercado competitivo. Hoy en día todo gira alrededor de la tecnología; los avances tecnológicos ayudan a facilitar el trabajo en todos los aspectos y la falta de presupuesto en la mayoría de las MIPYMES para invertir en tecnología es lo que más agrava su situación.

#### **2.2.8 *Calidad de Servicio***

De acuerdo con (Peiró, 2020) la calidad es una propiedad que tiene una cosa u objeto, que define su valor, así como la satisfacción que provoca en un sujeto. La calidad es un atributo muy tenido en cuenta en la mayoría de casos. Además, también es un adjetivo que se utiliza como un instrumento de venta a la hora de aplicarlo a cualquier servicio, producto, o marca.

Por lo que claramente se entiende la calidad resulta un elemento esencial para aumentar la competitividad. Éste tema debe preocupar a los emprendedores porque a medida que la competencia se fortalece, deberá ofrecer un servicio de calidad que capte el interés de los usuarios para así aumentar su capacidad de ganar y mantenerse en el mercado.

#### **2.2.9 *Calidad Financiera***

La calidad financiera según (López, 2018) es la habilidad de una compañía para generar altos niveles de beneficio a largo plazo de forma consistente y sostenible. Dicho de otro modo, decimos que una empresa tiene calidad financiera cuando realiza una buena gestión de sus

recursos. Y, gracias a esa adecuada gestión, puede asegurarse de que seguirá consiguiendo buenos resultados en los próximos años.

No sólo es importante tener claro el concepto o la idea de lo que representa la calidad financiera para las MIPYMES sino también reconocer y evaluar la situación financiera en la que se encuentra y si es suficiente para garantizar la seguridad de mantener resultados positivos en el futuro.

#### ***2.2.10 Calidad Crediticia***

Como plantea (Juste, 2016) la calidad crediticia es la capacidad que posee una entidad emisora de deuda para hacer frente a sus compromisos de pago futuros, tanto en tiempo como en forma. La calidad crediticia evalúa, por tanto, la probabilidad de incumplimiento de una determinada obligación financiera específica por parte del emisor de la deuda. Por un lado, una buena calidad crediticia nos indica que la obligación financiera en cuestión tiene poco riesgo de impago. Y, por otro, una muy mala calidad crediticia significa que las probabilidades de que la entidad emisora consiga pagar su deuda conforme a las condiciones pactadas son bastante bajas.

Según (Westreicher, 2018) la calificación crediticia (o credit scoring) es una metodología de evaluación crediticia que consiste en asignar un puntaje al potencial deudor. De esta forma, se intenta medir la solvencia del cliente. El credit scoring se basa principalmente en el historial de préstamos del solicitante. Dicha información es otorgada por las centrales de riesgo, entidades que reúnen información de todos los usuarios del sistema financiero.

Se sabe que en su gran mayoría los emprendedores dependen del otorgamiento de un crédito para financiar sus proyectos ya sea de puesta en marcha o de mejora de los mismos, por lo que la calificación crediticia con la que cuenta es de vital importancia para lograr su objetivo.

En el uso que hacen las instituciones financieras o las casas comerciales del historial crediticio de las personas como una herramienta para evaluar el riesgo de crédito, destacan dos ventajas principalmente, la de actuar con objetividad y la de invertir menos tiempo y recursos para aprobar o desestimar una solicitud de crédito. Sin embargo como en todo existen desventajas también como por ejemplo la de las personas que no cuentan con un historial crediticio pero si obtienen ingresos suficientes para ser sujetas de crédito inmediato.

### ***2.2.11 Recursos Financieros***

Como indica (Arias E. R., 2019) los recursos financieros son aquellos activos que tienen algún grado de liquidez. Por tanto, desde una vertiente económica sería aquellos relacionados con el efectivo y sus equivalentes líquidos. Así, se pueden definir los recursos financieros como aquellos activos que, o bien son dinero (efectivo), o son susceptibles de serlo. Por ejemplo, el dinero en cuenta, las líneas de crédito o las acciones. Todos ellos, salvo el dinero en efectivo, tienen un coste financiero o de capital (interés) que hay que tener en cuenta.

Se comprende entonces que los recursos financieros son la herramienta para el desarrollo y sustentabilidad de cualquier empresa, principalmente para las MIPYMES que no tienen acceso a otros medios de financiación existentes en el mercado como por ejemplo la Bolsa de Valores. Las MIPYMES tienen ciertas características que limitan su desarrollo, tales como: la poca capacidad de innovación, el bajo uso de tecnologías, los problemas para comercializar sus productos o servicios y el limitado acceso al financiamiento adecuado ya que muchas de ellas no logran cumplir con los altos estándares de requisitos y garantías que solicitan las instituciones financieras.

### **2.2.12 Estrategias Competitivas**

De acuerdo con (Quiroa, 2020) La estrategia competitiva es uno de los aspectos más importantes de una empresa, porque determina cuál es la propuesta de valor que la empresa ofrecerá al mercado para obtener una ventaja competitiva. Sin duda, para establecer una estrategia competitiva la empresa tendrá que hacer su proceso de segmentación de mercado, luego determinar su mercado objetivo y finalmente determinar el tipo de posicionamiento que espera alcanzar.

Es decir que las estrategias competitivas están basadas en factores internos y externos que el emprendedor pueda desarrollar para fortalecer las bases de su negocio y de esto dependerá la ventaja competitiva que se logre alcanzar ante otros competidores en el mercado.

### **2.3 Marco Contextual**

**Microempresa:** Aquella unidad productiva que tiene entre 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales iguales o menores de cien mil (US \$ 100.000,00) dólares de los Estados Unidos de América.

**Pequeña empresa:** Es aquella unidad de producción que tiene de 10 a 49 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre cien mil uno (US \$ 100.001,00) y un millón (US \$ 1000.000,00) de dólares de los Estados Unidos de América.

**Mediana empresa:** Cuya unidad de producción que tiene de 50 a 199 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre millón uno (USD 1'000.001,00) y cinco millones (USD 5'000.000,00) dólares de los Estados Unidos de América.

Según información del DIEE (Directorio de Empresas y Establecimientos, 2020), elaborado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), existen aproximadamente un total de 882.766 empresas activas en el Ecuador, 393.273 son de servicios. En la provincia del

Guayas se encuentran 166.082 empresas es decir el 18,81 % del total a nivel nacional. Las MIPYMES registradas son 878.454 es decir el 99,5 % del total de empresas en el Ecuador.

El total de empresas del universo DIEE, comprende todas las unidades económicas que registraron ventas en el SRI y/o registraron personal afiliado en el IESS o perteneciendo al RISE pagaron impuestos sobre sus ingresos en el SRI, en el año 2019.

**Tabla 2**

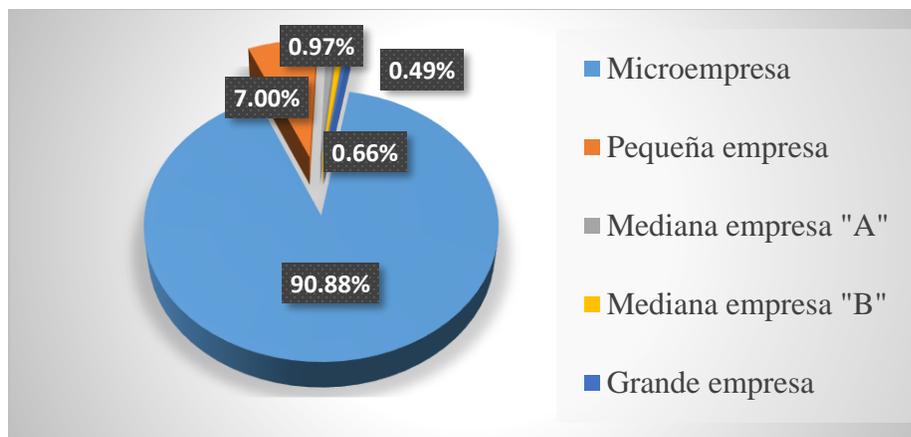
*Participación Nacional por Tamaño de Empresas - 2019*

<b>Tamaño de empresa</b>	<b>Nro. Empresas</b>	<b>% Total</b>
Microempresa	802,353	90.89
Pequeña empresa	61,759	7.00
Mediana empresa "A"	8,544	0.97
Mediana empresa "B"	5,798	0.66
<b>Total MIPYMES</b>	<b>878,454</b>	<b>99.51</b>
Grande empresa	4,312	0.49
<b>Total de Empresas</b>	<b>882,766</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Información obtenida de tabulados del Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE) 2019

**Figura 1**

*Participación Nacional por Tamaño de Empresa - 2019*



## 2.4 Marco Conceptual

Las siguientes definiciones fueron proporcionadas por el diccionario de la (Real Academia de la Lengua Española (RAE), 2019) y algunas otras definiciones tomadas de la (Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020)

**Analizar.** - someter algo a un análisis, analizar un problema o un producto.

**Beneficio.** - ganancia económica que se obtiene de un negocio, inversión u otra actividad mercantil.

**Competitividad.-** Capacidad de competir. Rivalidad para la consecución de un fin.

**Costo.-** Cantidad que se da o se paga por algo.

**Crédito.-** Cantidad de dinero u otro medio de pago que una persona o entidad, especialmente bancaria, presta a otra bajo determinadas condiciones de devolución.

**Desarrollo.-** Evolución de una economía hacia mejores niveles de vida.

**Desarrollo económico.-** Favorecer el desarrollo económico a partir del emprendimiento y la innovación, de manera justa, democrática, productiva, solidaria y sostenible, basado en la generación de riqueza, trabajo digno y estable.

**Economía.** - ciencia que estudia la producción y la administración de bienes y servicios estructura o régimen económico de un sistema u organización.

**Efectivo.** - pagar o cobrar una cantidad, un crédito o un documento.

**Emprendedor.-** Son personas naturales o jurídicas que persiguen un beneficio, trabajando individual o colectivamente. Pueden ser definidos como individuos que innovan, identifican y crean oportunidades, desarrollan un proyecto y organizan los recursos necesarios para aprovecharlo.

**Emprendimiento.-** Es un proyecto con antigüedad menor a cinco años que requiere recursos para cubrir una necesidad o aprovechar una oportunidad y que necesita ser organizado y desarrollado, tiene riesgos y su finalidad es generar utilidad, empleo y desarrollo.

**Estrategias.** - en un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión.

**Factor.** - elemento condicionante que contribuye a lograr un resultado

**Finalidad.** - fin con que o por qué se hace algo.

**Financiamiento.** - acción y efecto de financiar.

**Gasto.** - es un desembolso que no se va a recuperar, se debe registrar en el estado de resultado en el mismo periodo en que se haya producido, sirve para determinar la pérdida o la utilidad neta del ejercicio.

**Ingreso.** - acto de ser admitido en una empresa a gozar un empleo u otra cosa, caudal que entra en poder de alguien y que es de cargo en las cuentas.

**Innovación.-** Es el proceso creativo mediante el cual se genera un nuevo producto, diseño, proceso, servicio, método u organización, o añade valor a los existentes.

**Investigar.** - realizar actividades intelectuales y experimentales de modo sistemático con el propósito de aumentar los conocimientos.

**Liquidez.** - es la capacidad que tiene una entidad para obtener dinero en efectivo dinero y así hacer frente a sus obligaciones a corto plazo.

**Mercado.** - sitio público destinado permanentemente, o en días señalados para vender, comprar o permutar bienes o servicios.

**Negocio.** - aquello que es objeto o materia de una ocupación lucrativa o de interés.

**Oferta.** -conjunto de bienes o mercadería que se presentan en el mercado con un precio concreto y en un momento determinado.

**Planificación.** - plan general, metódicamente organizado y frecuentemente de gran amplitud, para obtener un objetivo determinado, tal como el desarrollo armónico de una ciudad, el desarrollo económico, la investigación científica, el funcionamiento de una industria, etc.

**Problema.** - conjunto de hechos o circunstancias que dificultan la consecución de algún fin.

**Publicidad.** - conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender la noticia de las cosas o de los hechos.

**Rentabilidad.** - cualidad de rentable, capacidad de rentar o producir un beneficio suficiente.

**Recurso.**- Conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad o llevar a cabo una empresa.

**Sector.** - parte de una ciudad de un local o de cualquier lugar.

**Sector servicios o sector terciario.** - sector que abarca las actividades relacionadas con los servicios materiales no productivos de bienes, que se prestan a los ciudadanos, como la Administración, la enseñanza, el turismo etc.

## **2.5 Marco Legal**

La información detallada a continuación fue extraída de la última reforma de la (Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020) Suplemento del Registro Oficial No.151

### **2.5.1 Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación**

#### Capítulo I

#### **Disposiciones Fundamentales**

Art. 1.- Objeto y ámbito.- La presente Ley tiene por objeto establecer el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico,

promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor.

El ámbito de esta ley se circunscribe a todas las actividades de carácter público o privado, vinculadas con el desarrollo del emprendimiento y la innovación, en el marco de las diversas formas de economía pública, privada, mixta, popular y solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal.

Como señala el artículo antes mencionado, la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación forma parte de una propuesta por parte del gobierno para motivar al emprendedor a incursionar en el mundo de los negocios, que está lleno no sólo de responsabilidades sino también de satisfacción al generar un beneficio personal, generar empleo y riqueza para la economía del país.

Art. 2.- Objetivos de la ley.- Son objetivos de esta Ley los siguientes:

- a) Crear un marco interinstitucional que permita definir una política de Estado que fomente el desarrollo del emprendimiento y la innovación;
- b) Facilitar la creación, operación y liquidación de emprendimientos;
- c) Fomentar la eficiencia y competitividad de emprendedores;
- d) Promover políticas públicas para el desarrollo de programas de soporte técnico, financiero y administrativo para emprendedores;
- e) Fortalecer la interacción y sinergia entre el sistema educativo y actores públicos, privados, de economía mixta, popular y solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal del sistema productivo nacional; y,
- f) Impulsar la innovación en el desarrollo productivo.

En el artículo 2 puntualiza los objetivos de esta ley de los cuales se pueden notar palabras claves

que son parte del desarrollo emprendedor como lo son, crear, facilitar, fomentar, promover, fortalecer e impulsar.

## Capítulo II

### **Políticas Públicas e Institucionalidad del Emprendimiento**

Art. 6.- Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación.- Créase el Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación – CONEIN, como organismo permanente estratégico para promover y fomentar el emprendimiento, la innovación y la competitividad sistémica del país, mediante la coordinación interinstitucional, la alianza público – privada y academia, el mismo que estará conformado por las máximas autoridades o delegados de las siguientes instituciones:

- a) La Presidencia de la República o su delegado, quien lo presidirá y tendrá voto dirimente;
- b) El Ministerio rector de la Producción;
- c) El Ministerio rector de Economía y Finanzas;
- d) La Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación;
- e) Un representante del Comité Interinstitucional de la Economía Popular y Solidaria;
- f) Un representante del Consorcio de Gobiernos Autónomos Provinciales;
- g) Un representante de la Asociación de Municipalidades del Ecuador;
- h) Un representante del Consejo Consultivo del Emprendimiento e Innovación;
- i) Un representante de las Cámaras de la Producción;
- j) Un representante de las Universidades, Escuelas Politécnicas e Institutos de Educación Superior públicos; y,

k) Un representante de las Universidades, Escuelas Politécnicas e Institutos de Educación Superior privados.

Las resoluciones del CONEIN serán de carácter vinculante y de cumplimiento obligatorio. Los delegados permanentes de los Ministros tendrán el rango de viceministro. El delegado de las Universidades, de los Gobiernos Autónomos y de las

Cámaras de la Producción serán seleccionadas por sus propios organismos.

Cuando lo considere pertinente el CONEIN podrá convocar a actores de los sectores públicos, privado, mixto y/o de la economía popular y solidaria, cooperativista, artesanal, asociativa y comunitaria, quienes tendrán derecho a voz.

Como se describe en el artículo 6 se crea un consejo que se encuentra conformado por delegados de diferentes instituciones públicas. Priorizando el apoyo al emprendimiento, a la innovación, competitividad y diversificación productiva que beneficia a todo el sistema económico del país.

Art. 7.- Secretaría Técnica del Consejo Nacional para el Emprendimiento e

Innovación.- El CONEIN contará con una Secretaría Técnica que dará seguimiento a las resoluciones emitidas y coordinará acciones con las instituciones y entidades que lo conforman.

Las funciones de la Secretaría Técnica las ejercerá la unidad u órgano que determine la Presidencia de la República o su delegado.

Como se indica en el anterior artículo el consejo contará con la colaboración de una persona que ocupará el cargo de secretaria técnica que realizará el seguimiento a las actividades pertinentes de las instituciones respectivas.

Art. 8.- Funcionamiento del Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación.-

El CONEIN se reunirá bimestralmente de manera ordinaria, pudiendo celebrar las reuniones extraordinarias que se requieran. Su funcionamiento se establecerá en el reglamento de esta ley.

Art. 9.- Atribuciones del Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación,

CONEIN.- Serán atribuciones del Consejo Nacional de Emprendimiento e Innovación las siguientes:

a) Emitir la Estrategia Nacional de Emprendimiento, Innovación y Competitividad, alineada al Plan Nacional de Desarrollo, acorde a los principios y lineamientos establecidos en la presente Ley, y establecer los mecanismos de seguimiento, control y monitoreo correspondientes;

b) Formular políticas y lineamientos vinculantes para el acceso a créditos para el emprendimiento, innovación y la competitividad en el sistema financiero nacional; estableciendo de manera prioritaria líneas de crédito preferente a favor de los migrantes; en las zonas rurales; región insular; las zonas afectadas por el terremoto de 2016; de frontera y/o en la circunscripción territorial amazónica;

c) Emitir directrices o lineamientos comunicacionales, que tengan por finalidad difundir los diversos beneficios a los que pueden acogerse los emprendedores;

d) Diseñar programas y proyectos integrales en las zonas urbanas y rurales que fomenten el emprendimiento, la innovación, la competitividad, la transferencia tecnológica y del conocimiento, que por ser de aplicación transversal no puedan ser aprobados por los respectivos entes rectores de cada sector;

e) Coordinar la creación y funcionamiento de una ventanilla única empresarial, tanto física como en línea, que incluya a todos los niveles de gobierno e instituciones públicas, para concentrar y reducir la tramitología, y volver más eficiente la gestión pública;

f) Elaborar políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura emprendedora; y,

g) Coordinar la interacción y sinergia entre los actores del sector público relacionados con el manejo de trámites, financiamiento, investigación, apertura de mercados locales e internacionales, así como el acceso al acompañamiento técnico estatal.

Art. 10.- Consejo Consultivo de Emprendimiento e Innovación.- Se crea el Consejo Consultivo de Emprendimiento e Innovación, organismo que tendrá el carácter de asesor y de apoyo al Consejo Nacional de Emprendimiento e Innovación, para el seguimiento de las políticas públicas que afecten al emprendimiento, la innovación y la competitividad; estará integrado por representantes de las cámaras de industrias, turismo, comercio, sector artesanal, de la economía popular y solidaria, de la banca pública y privada, y de las organizaciones de apoyo al emprendimiento e innovación.

El funcionamiento del Consejo Consultivo del Emprendimiento e Innovación será definido en el reglamento de esta Ley y se estructurará conforme a lo dispuesto por el artículo 100 de la Constitución de la República. El reglamento de funcionamiento del Consejo Consultivo será determinado por sus miembros.

El Consejo Consultivo deberá emitir recomendaciones de las políticas públicas relacionadas con el emprendimiento, innovación y la competitividad.

En el artículo 8, 9, y 10 se describe las funciones, alcances y atribuciones del consejo que están encaminadas primordialmente en formular políticas y lineamientos para el beneficio del emprendimiento, innovación y la competitividad en el país.

### Capítulo III

#### **Fomento al Emprendedor y Creación de Nuevos Negocios**

Art. 12.- Registro Nacional de Emprendimiento.- El Ministerio rector de la Producción creará el Registro Nacional de Emprendimiento -RNE-, el mismo que será el responsable de su creación y actualización en línea, conforme a los parámetros y características establecidos en el reglamento de esta Ley. Los proyectos que consten dentro de este registro se sujetarán al Título III del Libro IV del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.

Toda persona natural o jurídica con antigüedad menor a cinco años a la fecha de entrada en vigencia de esta Ley, que tenga menos de 49 trabajadores y ventas menores a 1.000.000 USD, podrá constar en el RNE para beneficiarse de los incentivos previstos en esta Ley. Para esto el Ministerio rector de la Producción, previa la emisión del RNE, requerirá los datos que correspondan al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y al Servicio de Rentas Internas, así como a otras entidades vinculadas.

En este artículo detalla qué personas podrán registrarse y beneficiarse del apoyo por parte del gobierno destinado a emprendedores, ya que es dicho sector el más vulnerable por no contar con las suficientes herramientas para competir ante empresas de mayor tamaño.

Art. 13.- Infraestructura para centros de emprendimientos.- Con la finalidad de acompañar el desarrollo de emprendimientos, el ente rector de la gestión inmobiliaria del sector público brindará apoyo y facilitará instalaciones, infraestructuras o establecimientos disponibles a su cargo, mediante la suscripción de convenios, a los Gobiernos Autónomos Descentralizados e instituciones del gobierno central, para ser utilizados como centros de incubación gratuita para emprendedores.

De igual forma, el ente rector de la gestión inmobiliaria del sector público podrá facilitar instalaciones, infraestructuras o establecimientos a su cargo, mediante el arrendamiento a precio preferencial para ser utilizados como centros de apoyo, desarrollo y/o aceleradoras de emprendimientos de carácter público y/o privado.

La sanción o clausura a un emprendimiento no podrá perjudicar a otros emprendimientos ubicados en el mismo establecimiento.

Como se informa en lo anterior, el gobierno otorga instalaciones que se encuentran a su cargo a un precio considerablemente bajo, para que sean utilizadas para desarrollar e impulsar emprendimientos, lo que representa un gran beneficio para los que no cuentan con los recursos suficientes para cubrir el pago arriendos costosos.

Art. 14.- Guía Nacional de Emprendimiento.- La Secretaria Técnica del CONEIN generará una guía nacional para emprendedores que provea información al menos en los siguientes aspectos: macro económicos, de mercados internacionales, legales, tributarios, sectoriales, laborales, societarios y financieros del ecosistema emprendedor, además de un directorio de las oficinas comerciales del Ecuador en el mundo, con información para exportar productos y servicios.

La Secretaría Técnica, en coordinación con las demás entidades del Estado, actualizará semestralmente la Guía Nacional de Emprendimiento y podrá incluir la información complementaria que crea necesaria.

En el artículo 14 se indica que el gobierno otorgará una guía cargada de información actualizada y relevante para los emprendedores interesados en conocer sobre diferentes temas enmarcados en la economía nacional e internacional.

Art. 15.- Promoción comercial de emprendimientos a nivel internacional.- El ente rector de Comercio Exterior realizará la promoción comercial de productos y servicios de emprendedores que se encuentren en el RNE, a través de sus oficinas comerciales del Ecuador en el exterior.

Además, presentará al CONEIN una estrategia anual en la que se especificarán los objetivos, metas, proyectos, programas y actividades a desarrollar para el apoyo a emprendedores en el exterior, e igualmente presentará un informe semestral para evaluar el avance de la estrategia de promoción comercial internacional.

Como se detalla en el artículo 15, el gobierno con la ayuda de sus instituciones públicas impulsará el comercio internacional para aquellos emprendedores que formen parte del Registro Nacional de Emprendedores, pudiendo realizar un gran aporte a que cumplan con el objetivo de expandirse a mercados internacionales.

#### Capítulo IV

#### **Fomento a la Cultura y Educación Emprendedora**

Art. 18.- Objetivos específicos de la formación para el emprendimiento.- La formación teórica y práctica para el emprendimiento deberá cumplir con los siguientes objetivos:

- a) Mejorar las capacidades, habilidades y destrezas que permitan emprender con éxito iniciativas productivas;
- b) Promover la educación financiera para los servidores de instituciones públicas y privadas, así como en instituciones de educación básica, secundaria y superior;
- c) Promover el acercamiento de las instituciones educativas al sector productivo;
- d) Formar en la cultura de cooperación, ahorro e inversión; y,

e) Fortalecer actitudes, aptitudes, la capacidad de emprender y adaptarse a las nuevas tendencias, tecnologías y al avance de la ciencia.

Lo que se detalla en el anterior artículo significa la oportunidad que tienen los emprendedores para cubrir aquel factor que resulta una limitante de su desarrollo como microempresarios. El contar con la formación o capacitación oportuna resulta una herramienta necesaria para reconocer oportunidades de negocio cuando se presentan.

Art. 19.- De la formación en habilidades técnicas y blandas.- El Ministerio de Educación y la SENESCYT, o quien haga sus veces, vigilarán que en los niveles de educación básica, secundaria y de tercer nivel, se establezcan mallas curriculares que incluyan contenidos y criterios de evaluación de la formación, orientados al desarrollo y afianzamiento del espíritu emprendedor e innovador, desarrollo de competencias para el emprendimiento basadas en el crecimiento personal del estudiante, la responsabilidad ambiental y social, la ética empresarial, autoconfianza, toma de decisiones, toma de riesgos calculados, creación de valor, liderazgo, creatividad, resolución de conflictos y demás que fueran necesarias para formar al emprendedor.

El desarrollar habilidades como el emprendimiento, innovación liderazgo entre otras, desde la escuela, representa para toda una sociedad un cambio significativo, no sólo a nivel educativo, económico sino también a nivel cultural. En etapa de crecimiento se desarrollan disciplinas y se crea el carácter de un futuro y potencial empresario.

Art. 21.- Opción de trabajo de titulación.- Las Instituciones de Educación General y de Educación Superior, establecerán sin perjuicio de su régimen de autonomía, como alternativa a los trabajos de titulación y dependiendo de la carrera que se opte, el desarrollo de planes de negocios o proyectos de emprendimiento, donde se promoverá la formación, capacitación e intercambio de experiencias con el cuerpo docente y empresarios invitados.

Los mejores planes de negocios o proyectos de emprendimiento que se presenten serán enviados a la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, para que, de cumplir con los requisitos y condiciones establecidos para el efecto, formen parte y se beneficien de sus programas.

Es realmente importante el apoyo que se le brinda a aquellos universitarios que deciden desarrollar un proyecto de negocio, ya que por el mismo hecho de formar parte de una institución educativa de tercer nivel, le ayudará a pulir el proyecto y con la ayuda de docentes que tienen completa capacidad para generar un aporte significativo basado en su experiencia. Todo esto le brindará la oportunidad de obtener financiamiento por parte del gobierno.

## Capítulo V

### **Fuentes Alternativas de Financiamiento y Garantías**

Art. 24.- Fuentes de financiamiento e inversión.- Quienes consten en el Registro Nacional de Emprendimiento tendrán acceso inmediato a los servicios financieros y a los fondos de inversión públicos que se generen a partir de la aplicación de esta ley.

Art. 25.- Capital semilla.- En el caso que el inversor sea el Estado ecuatoriano se procederá de conformidad con el artículo 620 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.

En el caso que el inversor provenga del sector privado, el capital semilla podrá ser entregado mediante recursos no reembolsables, aporte de capital, notas convertibles en acciones, compra de acciones o participaciones y otros derechos de acuerdo al esquema societario y legal del emprendedor; capital semilla que se otorgará a proyectos de emprendimiento que no hayan superado todavía los veinticuatro (24) meses de vida.

Art. 26.- Capital de riesgo.- En el caso que el inversor sea el Estado ecuatoriano se procederá de conformidad con el artículo 621 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.

Cuando el inversor provenga del sector privado, el capital de riesgo estará compuesto por recursos que mayoritariamente sean inversiones de capital, también se podrán realizar préstamos en condiciones libremente pactadas, con o sin interés, y reembolsables en función de condiciones de equilibrio o rentabilidad. El capital de riesgo no constituye endeudamiento bancario tradicional.

Es realmente importante mantenerse informado de las oportunidades de financiamiento y de inversión que ofrece el gobierno para los emprendedores, esto permitirá analizar si es conveniente o no, tomar decisiones y poder aprovechar las oportunidades.

Art. 27.- Inversión ángel.- Se considera inversión ángel al aporte de capital y/o conocimientos técnicos por parte de personas naturales, jurídicas o fideicomisos, a emprendedores que quieran poner en marcha un proyecto empresarial (capital semilla), a empresas que se encuentran en el inicio de su actividad (capital de inicio), a investigadores que se encuentren en el proceso de desarrollo de un prototipo de producto o servicio con beneficio comercial (capital de desarrollo), a empresas que deban afrontar una etapa de crecimiento y/o internacionalización, a cambio de deuda convertible o capital de propiedad. Este tipo de inversión se podrá realizar en todas las etapas de los proyectos de emprendimiento.

Para la inversión ángel, sea cual sea la inyección de capital, la inversión realizada no podrá superar el 49% del capital societario a favor del inversionista y el control de la sociedad debe mantenerse en manos del emprendedor fundador. No obstante, el emprendedor fundador es

el único facultado para resolver sobre la administración, propiedad y porcentaje del capital societario del emprendimiento.

### ***2.5.2 Ley Orgánica para la Reactivación de la Economía, Fortalecimiento de la Dolarización y Modernización de la Gestión Financiera***

#### **Beneficios Tributarios para Microempresarios**

La siguiente información fue obtenida de la página del (Servicio de Rentas Internas (SRI), s.f.) Ley Orgánica para la Reactivación de la economía y Fortalecimiento.

**Tabla 3**

*Beneficios Tributarios para Microempresarios*

<b>Beneficios Tributarios</b>	<b>Impacto</b>	<b>Beneficiarios</b>
Las microempresas no pagaban anticipo mínimo de Impuesto a la Renta. Se amplía el rango de ingresos para ser microempresario de USD 100.000 a USD 300.000.	-30	29.000
Las microempresas ya existentes empiezan a pagar Impuesto a la Renta a partir de USD 11.270 (franja exenta).	-24	36.000
Las microempresas nuevas se exoneran del pago del Impuesto a la Renta en los primeros 3 años de actividad, siempre que generen empleo neto y valor agregado.	-23	118.000

*Nota.* Datos obtenidos de la página del Servicio de Rentas Internas (SRI)

### ***2.5.3 Emisión de Registro Único de MIPYMES***

La información a continuación se encuentra expresada por (Portal Único de Trámites Ciudadanos, s.f.)

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) que realicen actividad económica, podrán obtener la categorización mediante el Registro Único de MIPYMES - RUM, documento válido para efectuar trámites en otras instituciones del estado y acceder a beneficios

que ofrece el (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2021), entre los cuales están: Participación en eventos, ferias y puntos de exhibición, Asistencias técnicas y acompañamiento en lo referente a: obtención de la notificación sanitaria, imagen corporativa, etiquetado y embalaje de productos, planes de negocio y exportación de sus productos mediante la herramienta Exportafácil.

Todos los esfuerzos van enfocados en regularizar el sector, existe un alto número de emprendedores informales que administran su negocio empíricamente y no cuentan con el respaldo necesario para impulsar su negocio.

#### **2.5.4 Principales Disposiciones Tributarias Aplicables a las MIPYMES**

Como se redacta en la (Guía de Tributación de las MIPYMES en Ecuador, 2020)

En relación con la normativa tributaria aplicable a las MIPYMES señala lo siguiente:

- Normativa general prevista en la Ley de Régimen Tributario Interno (LRTI) y su reglamento de aplicación (RLRTI).
- Beneficios de carácter tributario incorporados en los últimos años en leyes de fomento productivo y otras incorporadas en la misma LRTI y sus reglamentos.
- Régimen Impositivo para Microempresas prevista en la Ley Orgánica de Simplificación y
- Progresividad Tributaria (RO 111-1S de 31/dic/2019) y su correspondiente reglamento expedido recientemente (Decreto 1114, R.O. 260-2S de 4/ago./2020).

#### **2.5.5 Beneficios en Materia de Impuesto a la Renta (IR) para MIPYMES:**

- Exoneración IR para nuevas microempresas

Beneficio: exoneración total del IR durante los tres primeros años.

Beneficiarios: Nuevas Microempresas.

- Exoneración del IR para emprendimientos turísticos y asociativos

Beneficio: Exoneración total del IR durante veinte años.

Beneficiarios: emprendimientos turísticos de micro, pequeñas y medianas empresas de turismo comunitario y/o asociativo.

- Rebaja de la tarifa de IR

Beneficio: Rebaja de 3 puntos porcentuales en la tarifa de impuesto a la renta

Beneficiarios: micro y pequeñas empresas; y, exportadores habituales.

- Deducción adicional de gastos de capacitación

Beneficio: Durante 5 años la deducción adicional del 100% de ciertos gastos de capacitación técnica, mejora de la productividad y promoción comercial.

Beneficiarios: Micros, pequeñas y medianas empresas.

- Deducción adicional de una fracción básica

Beneficio: Deducción adicional de un valor equivalente a una fracción básica gravada con tarifa cero de IR para personas naturales.

Beneficiarios: microempresas.

El emprendedor debe tener claro cuáles son las disposiciones tributarias, la normativa que los regula y todos los beneficios a los que puede tener acceso.

### ***2.5.6 Régimen Impositivo para Microempresas***

Se informa que el Régimen Impositivo para Microempresas, es un régimen obligatorio, aplicable a los impuestos a la renta, valor agregado y a los consumos especiales para microempresas, incluidos emprendedores que cumplan con la condición de microempresas según lo establecido en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones y el Reglamento correspondiente, siempre que no se encuentren dentro de las limitaciones previstas en la norma.

Para la categorización de microempresas se considerará a aquellos contribuyentes con ingresos de hasta USD 300.000 y que cuenten con hasta 9 trabajadores a la fecha de publicación del catastro. Para dicha categorización, prevalecerá el monto de ingresos sobre la condición de número de trabajadores.

Tarifa: 2% sobre los ingresos provenientes de la actividad empresarial sujeta al régimen, el cual estará constituido por lo siguiente:

- (+) Ingresos brutos de la actividad
- (-) Devoluciones o descuentos comerciales
- (+/-) Ajustes de generación y/o reversión por aplicación de impuestos diferidos.

Los ingresos por fuentes distintas a la actividad empresarial se sujetarán al régimen general del IR.

Al Régimen Impositivo para Microempresas le son aplicables los beneficios tributarios relacionados con los ingresos previstos en la normativa legal vigente.

Para el pago y liquidación semestral del IR, se procederá de la siguiente manera:

- (+) 2% de las ventas netas de la actividad empresarial
- (-) Retenciones en la fuente que le hubieren efectuado sobre tales ventas.
- (=) Valor a pagar de forma semestral, conjuntamente con el IVA

Las personas naturales que desarrollen actividades adicionales y las sociedades acogidas al régimen de microempresas deben presentar también la declaración anual de IR considerando los valores cancelados en la declaración semestral como crédito tributario.

El Régimen Impositivo Microempresas, según el gobierno fue creado para facilitarle a los emprendedores el cumplimiento de sus obligaciones y minimizándolas en número, pero hay quienes no se encuentran conformes con haber sido incluidos en el listado de éste régimen ya que

argumentan la falta de ingresos debido a la pandemia por la cual no podrían cancelar una renta de un ingreso que no se efectuó.

### ***2.5.7 Deberes Formales y Materiales según Normativa Tributaria Vigente***

Los contribuyentes sujetos al Régimen Impositivo para Microempresas deberán cumplir con los deberes formales y materiales según lo previsto en la normativa tributaria vigente. La falta de cumplimiento será sancionada de conformidad con la ley, estos son:

- Emitir comprobantes de venta de conformidad con lo dispuesto en este título y demás normativa vigente.
- Llevar contabilidad o un registro de ingresos y gastos según corresponda.
- Presentación de declaraciones.
- Presentación de anexos de información cuando corresponda.
- Los demás deberes formales señalados en el Código Tributario.

Resulta de carácter obligatorio tener claro cuáles son las obligaciones tributarias que se tiene con el estado para ejercer las actividades de manera correcta y ordenada y así no incurrir en multas y sanciones. Es por esto que existen los medios de servicio al cliente que de manera gratuita brindan toda la información necesaria para satisfacer las inquietudes de quienes tengan dudas sobre algún tema específico.

## Capítulo III

### Marco Metodológico

#### 3.1 Diseño de la Investigación

Según (Silva, 2020) En su libro “Metodología de la Investigación, Elementos Básicos” indica que “El investigador enuncia el tipo de investigación que va a realizar y describe cómo va a proceder para resolver el problema de investigación planteado. Su finalidad es establecer como se llevará a cabo la investigación, mediante un diseño detallado que muestre la estrategia para obtener la información y describa las actividades que se realizarán para dar respuestas a los objetivos planteados”

Como se observa, es un concepto claro que expresa la idea completa de lo relacionado en el que detalla que el experto accionará de acuerdo a una planificación metodológica que determina el tipo o modelo investigativo en específico, por lo que los pasos a seguir deben de ser congruentes con las aspiraciones y objetivos de la investigación.

La investigación documental según (Arias F. G., 2012) en su emblemático libro “El Proyecto de Investigación” afirma que “La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios; es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos”.

Además expresa que los tipos de fuentes documentales pueden ser:

Fuentes documentales primarias: obras originales.

Fuentes documentales secundarias: trabajos en los que se hace referencia a la obra del autor.

Como se menciona en la Justificación Metodológica y de acuerdo al criterio del autor el presente trabajo de tesis es una investigación documental ya que se ha recurrido a diferentes fuentes para la obtención de información relevante y confiable. Los medios utilizados para conseguir datos que ayuden a la elaboración de la investigación han sido, páginas web, tesis, periódicos y revistas científicas.

## **3.2 Tipo de Investigación**

### **3.2.1 Investigación Descriptiva.**

Mediante la investigación o estudio descriptivo se busca dar a conocer las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Sampieri, 2015). Por lo tanto el tipo de investigación detallado será de gran utilidad para observar algunas de las características de las MIPYMES y brindar la información necesaria para responder interrogantes en el ámbito de la competitividad del sector.

### **3.2.2 Investigación Explicativa.**

La investigación explicativa estudia fenómenos puntuales nuevos o que no se han abordado en profundidad. El objetivo de dicha investigación es proporcionar conocimientos relevantes sobre ellos. Como su nombre indica, tiene como objetivo ampliar el conocimiento ya existente sobre algo de lo que sabemos poco, o nada. De esta forma, se centra en los detalles, permitiéndonos conocer más a fondo un fenómeno. En resumen, lo que hace el investigador es partir de una idea general y entrar a analizar aspectos concretos en profundidad. (Enrique Rus Arias, 2020).

Empleando la investigación explicativa se busca detallar información relevante sobre la competitividad de las MIPYMES de servicios en los últimos años, esta información será

obtenida de la entrevista que se realizará a economistas y profesionales con conocimientos en la materia y de las encuestas que serán aplicadas a emprendedores.

### **3.3 Población y Muestra**

#### **3.3.1 Población**

Empleando las palabras de (López, 2019) quien afirma que una población estadística es el total de individuos o conjunto de ellos que presentan o podrían presentar el rasgo característico que se desea estudiar, se puede comprender que la población es un grupo de individuos o elementos que poseen características en común. Basado en los resultados que arrojó el (Directorio de Empresas y Establecimiento (DIEE), 2020), existen aproximadamente un total de 882.766 empresas activas en el Ecuador, 393.273 son de servicios. En la provincia del Guayas se encuentran 166.082 empresas es decir el 18,81 % del total a nivel nacional. Las MIPYMES registradas son 878.454 es decir el 99,5 % del total de empresas en el Ecuador. No se cuenta con alguna otra base de información que pudiera especificar el número de MIPYMES de servicios en la ciudad de Guayaquil actualmente.

La barrera estadística antes mencionada se debe a que el interés por las MIPYMES y la compilación de estadísticas para su análisis es relativamente reciente. Existen características de la microempresa que generan problemas estadísticos importantes, el primero es la dificultad de censar o encuestar un comercio ambulante que no permanece en un mismo domicilio económico, por lo que existe una gran parte de las MIPYMES que se escapa a los registros estadísticos, segundo están los que se relacionan con la falta de datos propiamente dichos; la carencia de medidas estándar comparables y finalmente la “informalidad” del sector.

### **3.3.2 Muestra**

Según (López, 2018) una muestra estadística es un subconjunto de datos perteneciente a una población de datos. Estadísticamente hablando, debe estar constituido por un cierto número de observaciones que representen adecuadamente el total de los datos. De lo antes mencionado se resume que la muestra es una porción de un todo, es decir una cantidad de datos inferior a los de una población, se utiliza para analizar y sacar conclusiones sin tener que medir a toda una población que puede resultar infinita.

La muestra que se utilizará para la presente investigación será limitada debido a las actuales condiciones en las que se encuentra el país y el mundo entero por motivo del virus Covid-19. Haciendo uso de una herramienta tecnológica como lo es Microsoft Form se logra obtener un total de 35 encuestas realizada a personas emprendedoras con poco o mucho tiempo de experiencia en el mercado para representar a la población que se espera analizar.

## **3.4 Técnicas e Instrumentos de Investigación**

### **3.4.1 Técnicas de Investigación**

#### **3.4.1.1 Encuesta.**

Como expresa (Westreicher, 2020) la encuesta es un instrumento para recoger información cualitativa y/o cuantitativa de una población estadística. Para ello, se elabora un cuestionario, cuyos datos obtenidos serán procesados con métodos estadísticos. Son entonces una herramienta para conocer las características de un grupo de personas, puede tratarse de variables económicas, como el nivel de ingresos (cuantitativa), o de otro tipo, como las preferencias políticas (cualitativo). Es decir que mediante la encuesta se logra recabar información necesaria para el análisis de algún tema específico por lo que la convierte en una técnica fundamental en estadísticas.

La encuesta de la presente investigación consta de 10 preguntas cerradas de opciones múltiples que se les formula a personas emprendedoras con la finalidad de obtener información y poder así conocer las acciones, criterios y necesidades de aquellos que impulsan una MIPYMES. El número de encuestados será de 35 personas de la ciudad de Guayaquil y con base en los resultados que se logren obtener se analizará y se establecerán las estrategias más oportunas.

#### **3.4.1.2 Entrevista.**

Empleando las palabras de (Troncoso, Amaya, 2017) la entrevista es una de las herramientas para la recolección de datos más utilizadas en la investigación cualitativa, permite la obtención de datos o información del sujeto de estudio mediante la interacción oral con el investigador. También está consciente del acceso a los aspectos cognitivos que presenta una persona o a su percepción de factores sociales o personales que condicionan una determinada realidad. Así, es más fácil que el entrevistador comprenda lo vivido por el sujeto de estudio. Es decir que la entrevista es una herramienta que se utiliza con el objetivo de recolectar información o datos de interés de forma eficiente.

La entrevista de la presente investigación consta de 10 preguntas alineadas con los objetivos de la investigación, la misma ha sido aplicada a dos profesionales, uno de ellos con título en economía y otro poseedor de un doctorado en contaduría. Se hizo uso de herramientas tecnológicas como el correo electrónico y el WhatsApp, con la información obtenida se ofrecerán estrategias que aporten a la mejoría en la competitividad de las MIPYMES de servicios.

### **3.4.2 Instrumentos de Investigación.**

#### **3.4.2.1 Cuestionario.**

Como expresa (Torres, Paz, Salazar, 2019) en un boletín electrónico de su autoría, el cuestionario es un conjunto de preguntas sobre los hechos o aspectos que interesan en una investigación y que son contestadas por los encuestados. Se trata de un instrumento fundamental para la obtención de datos. Por lo tanto se entiende que el cuestionario es una herramienta o un instrumento de investigación que haciendo uso de preguntas formuladas adecuadamente se obtiene información del encuestado.

Se realizaron dos cuestionarios, un cuestionario destinado a las entrevistas y el otro para ser aplicado en la encuesta. Dichos cuestionarios constan de 10 preguntas cada uno y fueron diseñados con el objetivo de obtener información relevante acerca de las MIPYMES. El cuestionario destinado a las entrevistas se lo efectuó a dos profesionales, uno de ellos con título en economía y otro poseedor de un doctorado en contaduría, de quienes se pudo obtener información basada en su experiencia y conocimientos que ayudarán a formular estrategias que serán propuestas en la presente investigación para mejorar la competitividad de las MIPYMES de servicios. Por otra parte el cuestionario para la encuesta está compuesto por preguntas cerradas de opciones múltiples que se lo realizó a personas emprendedoras, con la finalidad de obtener información y poder así conocer las acciones, criterios y necesidades de las personas que impulsan una MIPYMES.

### **3.5 Análisis de Resultados**

#### **3.5.1 Entrevista Realizada a Economistas y Profesionales en Carreras afines.**

##### **3.5.1.1 Entrevista # 1.**

**Lugar y fecha:** 21 de enero de 2021

**Nombre del entrevistado:** Jorge Enrique Ayala Romero

**Profesión:** Economista

**¿Considera que en Ecuador las MIPYMES reciben el apoyo suficiente de parte del gobierno para potenciar su crecimiento?**

En realidad hay un apoyo tibio de parte del gobierno para el fortalecimiento de las MIPYMES ese apoyo parcial se ha venido dando principalmente con una reforma tributaria que hay actualmente en la que permite un régimen diferenciado de tributos para las MIPYMES sin embargo todavía el acceso al crédito sigue siendo restringido.

**¿Cree usted que la productividad laboral en el Ecuador se incrementa según el tamaño de las MIPYMES?**

El tema de la productividad va asociado a la capacitación y a la formación que tenga el empleado evidentemente sin ser una relación causal porque no es que el tamaño de la MIPYMES ocasiona un aumento en la productividad sí creo que por el mismo hecho de ser una MIPYMES más grande logran contratar trabajadores más calificados y eso hace que la productividad sea mayor sumado a eso los estándares de control y de eficiencia que tienen las MIPYMES más grandes pueden hacer diferencia en términos de productividad laboral pero en sí mismo el tamaño de la MIPYMES no es una relación causal es decir no es una relación de causa y efecto con el tema de la productividad laboral en el Ecuador.

**¿De qué forma cree que se puede evaluar la competencia de las MIPYMES de servicios en el país?**

Creo que de manera transversal se podría evaluar la competencia de las MYPYMES en servicios desde el punto de vista de la formalidad con la que ejercen sus negocios sus servicios, hay quienes tienen toda una estrategia trazada todo un plan estratégico de acción integral que involucra el tema de fortalecimiento de la marca, gestión comercial, formación de sus trabajadores, es decir en esa medida creo que la oferta va a determinar en gran medida el nivel de competencia en el sector de las MYPYMES. Si creo que hay diferenciación, hoy en día hay MIPYMES que son mucho más eficientes que otras en el tema de la calidad de sus servicios por todos estos factores que he mencionado.

**¿Al reconocer los factores de la competitividad, qué cambios son aplicables que beneficien a las MIPYMES?**

Los cambios más importantes son aquellos que tienen que orientarse hacia la formación, la capacitación y definiciones de planes estratégicos para las MIPYMES esto en aras de mejorar la competitividad es decir que sean mucho más eficientes en los servicios que prestan. Formación, gestión comercial y un plan estratégico trazado y definido para tener claro los objetivos hacia dónde quiere llegar la MIPYMES, debe ir incluido el tema de la mejoría en cuanto la competitividad para las MYPYMES.

**¿Usted cree que la falta de conocimiento en el ámbito empresarial sea una debilidad que limita el crecimiento de las MIPYMES?**

Efectivamente la ausencia de planes estratégicos, la ausencia del conocimiento de los mercados el conocimiento de ciertas herramientas básicas que debe tener todo empresario por supuesto que condicionan a un mejor funcionamiento de las MYPYMES es ahí donde debe venir

el apoyo del gobierno en un trabajo a través de ciertas capacitaciones transversales que puedan ayudar al sector de las MYPYMES en servicios sin importar qué tipo de servicios sea a que tengan una mejor formación. Capacitaciones, formación empresarial, creación de planes estratégicos, mejoras en gestiones comerciales, uso de redes, uso de tecnologías, todo eso debería sumar y abonar para que la MIPYMES sea más eficiente.

**¿Considera que ser competitivo es ser altamente productivo?**

Uno de los factores para ser competitivo definitivamente es la productividad sin embargo no es el único factor que debes medir a la hora de ser competitivo, puedes ser muy productivo pero si los costos laborales por ejemplo son muy altos pierdes competencia porque sus precios van a ser más altos que los de la competencia, entonces sí hay que ser productivo pero también hay que ser eficiente en costos, eso también es importante a la hora de alcanzar los estándares de competitividad.

**¿Cómo saber reconocer si una MIPYMES cuenta con la suficiente madurez para expandirse y entrar a competir con otras con más tiempo en el mercado?**

La madurez se mide con una serie de factores entre esos el posicionamiento de la marca, la evaluación de la calidad del servicio, la satisfacción del cliente. Una vez que se tiene establecido esa serie de parámetros y todos los estándares de calidad de productividad, competitividad y de servicio se puede pensar en un tema de expansión. Siempre el servicio y la oferta en las MIPYMES debe ser dinámico y el crecimiento debe ser continuo luego en temas de expansión los factores de expansión requieren dependiendo del tipo de servicios, el tipo de sector haber alcanzado ese grado de madurez debido a ésta serie de factores.

**¿Qué medidas tomaría usted para impulsar la competitividad de las MIPYMES de servicios en la ciudad de Guayaquil?**

Establecer un plan de mejora continua dependiendo del sector porque los servicios pueden ser variados y las necesidades pueden ser diferentes para cada uno de los tipos de servicios, pero a groso modo habría que trabajar en temas de acceso a financiamiento barato, capacitación continua en temas empresariales como temas comerciales, satisfacción al cliente, ventas, elaboración de plan estratégico, son ese tipo de factores en los cuales se ve muchas falencias en las MYPYMES.

**¿Cuál considera usted el mejor indicador de la efectividad de aplicar estrategias para mejorar la competitividad de las MIPYMES de Servicios en Guayaquil?**

Las estrategias están atadas a objetivos que se plantea la empresa en su plan estratégico, dependiendo si son objetivos de corto, mediano o largo plazo si son objetivos institucionales, comerciales u operativos para mejoras de calidad de servicio, entonces en función de esos objetivos trazados se va estableciendo indicadores de cumplimiento de metas y de efectividad. En el plan estratégico se desarrollan tanto los objetivos, las estrategias y los resultados que se esperan obtener, dependiendo de esos resultados se mide la efectividad del cumplimiento del plan estratégico.

**¿Considera que los requisitos para solicitar un crédito en el sector de la MIPYMES de la ciudad de Guayaquil, son excesivos, y provoca el abandono de futuros microempresarios?**

No son excesivos, lo que hay que tratar de trabajar es que los estados financieros de las MYPYMES sean adecuados, sólidos solventes y confiables porque en realidad hay que entender que la banca tiene un riesgo asociado a préstamos sin garantías y sin información confiable, entonces en ése sentido ningún requisito es excesivo en términos de lograr que el pago de la deuda se ejecute, el banco no puede perder con créditos riesgosos, lo que hay que tratar de

trabajar es en darle un fortalecimiento a los estados financieros de las MYPYMES y darle solvencia una formalidad a su operación.

### **3.5.1.2 Entrevista # 2.**

**Lugar y fecha:** 21 de enero de 2021

**Nombre del entrevistado:** Miguel Herrera Estrella

**Profesión:** Doctor en Contaduría

**¿Considera que en Ecuador las MIPYMES reciben el apoyo suficiente de parte del gobierno para potenciar su crecimiento?**

En lo que respecta de parte del gobierno como apoyo a las MIPYMES existen ciertos escudos fiscales que realmente mejoran las micro, pequeñas y medianas empresas, pero últimamente las micro hasta el año pasado les obligaba a pagar impuesto a la renta mínimo pero eso va a afectar mucho a su Liquidez. Por la crisis sanitaria el gobierno no ha dado crédito barato para que las micro empresas puedan solventar sus deudas, puedan pagar sus proveedores y seguir funcionando. Últimamente el gobierno nacional no ha hecho ningún esfuerzo y no tiene al menos yo no veo ningún plan que promueva la sostenibilidad de las MYPYMES.

**¿Cree usted que la productividad laboral en el Ecuador se incrementa según el tamaño de las MIPYMES?**

La productividad laboral si está encaminada, está correlacionada con el tamaño de la empresa, hay estudios científicos que comprueban que en las empresas más grandes existe una mejor productividad laboral. En el Ecuador para clasificar las micro son empresas que venden hasta trescientos mil dólares, las pequeñas de trescientos mil uno a un millón y las medianas de un millón uno a cinco millones. Sí yo considero que de acuerdo al tamaño de la MIPYMES la productividad laboral se incrementa.

**¿De qué forma cree que se puede evaluar la competencia de las MIPYMES de servicios en el país?**

Pará evaluar la competencia de las MYPYMES en el sector de los servicios, eso ya es una encuesta de acuerdo a la satisfacción del cliente de cómo ha sido satisfecho su requerimiento, por otro lado podemos argumentar ciertas variables que puedan estar relacionadas con ése nivel de competencia por ejemplo el nivel académico de las personas que se desempeñan en las MIPYMES, el nivel de educación es muy importante para sostener realmente la calidad de un servicio prestado. Existen otras variables también por ejemplo hay estudios científicos que manifiestan que la mujer interactúa mejor en servicio al cliente que los varones.

**¿Al reconocer los factores de la competitividad, qué cambios son aplicables que beneficien a las MIPYMES?**

Soy un convencido que la educación y el conocimiento es el factor determinante para salir del subdesarrollo y como tal con esa base yo creo que uno de los factores de las MYPYMES que adolece en Ecuador es la falta de preparación, de conocimientos, por eso la cifra es escalofriante cuando vemos la sostenibilidad de las MYPYMES que apenas sólo el 20% sobrevive después de los 5 años y antes de los 5 años el 80% desaparece, es una cuestión muy alarmante, considero que es por falta de conocimiento, de cómo se maneja una empresa, falta de conocimiento del giro del negocio, creo que esa es la clave de que las MIPYMES logren su sostenibilidad en el tiempo a través de una preparación constante.

**¿Usted cree que la falta de conocimiento en el ámbito empresarial sea una debilidad que limita el crecimiento de las MIPYMES?**

Obviamente la falta de conocimiento es una debilidad gravitante en las MIPYMES. Es un determinante de la poca duración en el ámbito empresarial su falta de conocimiento.

**¿Considera que ser competitivo es ser altamente productivo?**

Está relacionado y comprobado también que para ser competitivo hay que ser productivo, hay artículos científicos que hablan de eso que una de las variables para ser competitivo en el mundo empresarial hay que ser productivo.

**¿Cómo saber reconocer si una MIPYMES cuenta con la suficiente madurez para expandirse y entrar a competir con otras con más tiempo en el mercado?**

La única manera para saber eso es a través de sus estados financieros, la lectura financiera a través de estados financieros fiables, íntegros y sostener que la MYPYMES va por buena dirección y si no hay que ver de qué manera se puede corregir las decisiones que se están tomando que están llevando a una condición errónea a la MIPYMES

**¿Qué medidas tomaría usted para impulsar la competitividad de las MIPYMES de servicios en la ciudad de Guayaquil?**

En la actualidad con la coyuntura sanitaria que existe en el mundo obviamente una MIPYMES necesitaría créditos realmente blandos para refrescar su liquidez, ese tipo de recursos financieros con tasas de interés bajos con tiempos de gracias para darle espacio para que la MIPYMES se recupere en la pandemia. Uno de los factores que agobia a las MIPYMES en el sector de los servicios es que el crédito otorgado por el sistema financiero nacional es muy caro y eso sí que ahoga la liquidez de las MYPYMES.

**¿Cuál considera usted el mejor indicador de la efectividad de aplicar estrategias para mejorar la competitividad de las MIPYMES de Servicios en Guayaquil?**

Indicador desde mi punto de vista financiero es el ROA el retorno sobre los activos ahí estaríamos viendo la eficiencia del desempeño de la MIPYMES, claro existen otro tipo de indicadores pero desde mi punto de vista es uno de los principales.

**¿Considera que los requisitos para solicitar un crédito en el sector de la MIPYMES de la ciudad de Guayaquil, son excesivos, y provoca el abandono de futuros microempresarios?**

Efectivamente considero que el crédito que se otorga al sector de las MYPYMES es bastante burocrático, tiene bastantes obstáculos comenzando desde la tasa que es bien alta. Los bancos prefieren dar crédito a empresas mucho más grandes mucho más estructuradas que a las MIPYMES que están recién comenzando, esto equivale a que por la necesidad de obtener financiamiento busquen los sistemas extra bancarios que vulgarmente se los conocen como chulqueros que es un suicidio financiero al optar por esos créditos.

### 3.5.2 Desarrollo e Interpretación de la Encuesta.

#### 3.5.2.1 Encuesta Realizada a Personas Emprendedoras de la Ciudad de Guayaquil.

##### 1. ¿Hace cuánto tiempo inició su emprendimiento?

**Tabla 4**

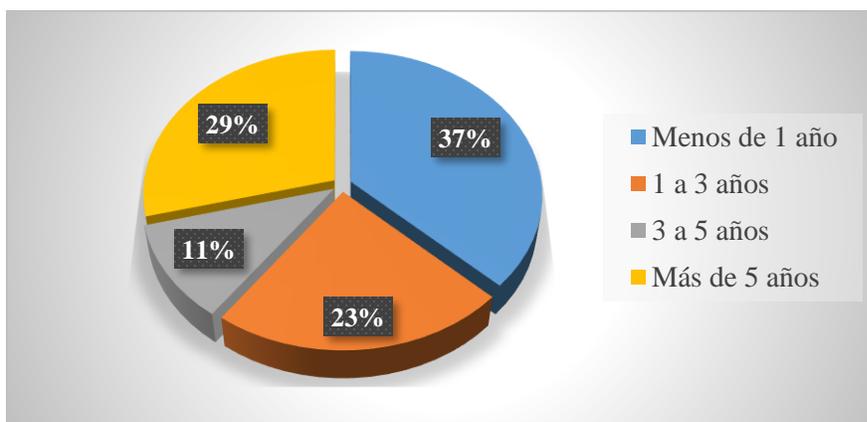
*Tiempo de Inicio de los Emprendimientos*

No.	Opción de respuesta	Cantidad de encuestados	%
1	Menos de 1 año	13	37
2	1 a 3 años	8	23
3	3 a 5 años	4	11
4	Más de 5 años	10	29
<b>Total</b>		<b>35</b>	<b>100</b>

*Nota.* Encuesta dirigida a personas emprendedoras de la ciudad de Guayaquil.

**Figura 2**

*Tiempo de Inicio de Emprendimiento*



**Análisis:** el 37% de las personas encuestadas iniciaron su emprendimiento hace menos de un año, el 23% tiene de uno a tres años, el 11% de tres a cinco años y el 29% inició hace más de cinco años. Se observa entonces que en el último año la creación de las MIPYMES surge como una alternativa para enfrentar los estragos de la crisis económica que se vive en la actualidad en el mundo entero, principalmente para reducir el desempleo y la pobreza.

## 2. ¿Cuántas personas laboran en su negocio?

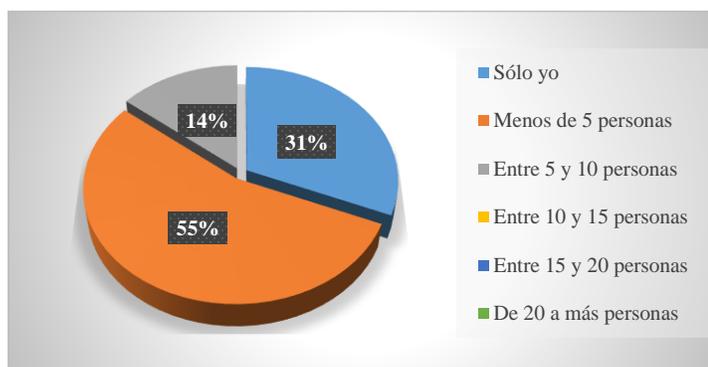
**Tabla 5**

*Número de Personas que Laboran en el Negocio*

No.	Opción de respuesta	Cantidad de encuestados	%
1	Sólo yo	11	31
2	Menos de 5 personas	19	55
3	Entre 5 y 10 personas	5	14
4	Entre 10 y 15 personas	0	0
5	Entre 15 y 20 personas	0	0
6	De 20 a más personas	0	0
<b>Total</b>		<b>35</b>	<b>100</b>

**Figura 3**

*Número de Personas que Laboran en el Negocio*



**Análisis:** Del total de las personas encuestadas el 31% ejercen solos todas las funciones para impulsar su emprendimiento, el 54% labora con el apoyo de menos de cinco personas y en el 14% laboran entre cinco a diez personas. Se deduce que el número de empleados con los que cuentan los emprendedores que parten de cero con sus negocios dependen de aquellas herramientas competitivas que se apliquen y del reconocimiento que van adquiriendo ante los clientes ya sea en corto, mediano o largo plazo.

### 3. ¿Cree que recolectar opiniones de sus clientes para mejorar el servicio que ofrece es de gran importancia?

**Tabla 6**

*Importancia de la Opinión de los Clientes*

No.	Opción de respuesta	Cantidad de encuestados	%
1	Totalmente en desacuerdo	0	0
2	En desacuerdo	1	3
3	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	6
4	De acuerdo	9	25
5	Totalmente de acuerdo	23	66
<b>Total</b>		<b>35</b>	<b>100</b>

**Figura 4**

*Importancia de la Opinión de los Clientes*



**Análisis:** el 3% de las personas encuestadas manifiestan estar en desacuerdo en que sea de gran importancia recolectar opiniones de sus clientes para mejorar el servicio que ofrece, la opinión de un 6% es neutral al sostener que está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 26% expresa estar de acuerdo y el 66% se encuentra totalmente de acuerdo. Esto evidencia que un gran porcentaje de personas encuestadas reconocen la opinión de sus clientes como un factor relevante de la competitividad, que reunir y manejar diferentes opiniones ayudará a desarrollar estrategias futuras y ajustar los productos o servicios para que se adapten perfectamente a las expectativas de los clientes.

4. ¿La innovación es constante en el servicio que ofrece y satisface las expectativas de sus clientes?

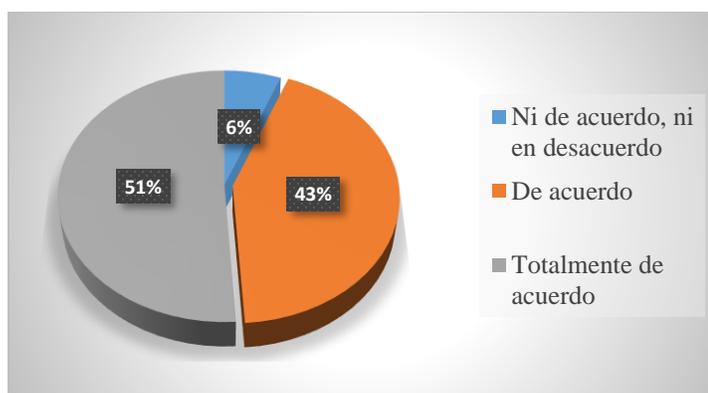
**Tabla 7**

*Innovación en el Servicio*

No.	Opción de respuesta	Cantidad de encuestados	%
1	Totalmente en desacuerdo	0	0
2	En desacuerdo	0	0
3	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	6
4	De acuerdo	15	43
5	Totalmente de acuerdo	18	51
<b>TOTAL</b>		<b>35</b>	<b>100</b>

**Figura 5**

*Innovación del Servicio*



**Análisis:**

El 6% de las personas encuestadas están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 43% opina que está de acuerdo y el 51% indica estar totalmente de acuerdo en cuanto a que la innovación es constante en el servicio que ofrecen y si ésta satisface las expectativas de sus clientes. Es evidente que el mayor porcentaje de las personas que manejan un emprendimiento conocen de la importancia de crear y aplicar nuevas ideas en el servicio que ofrecen ya que de esta manera generan un valor diferenciado del mismo ante sus competidores.

5. **Cómo emprendedor, ¿Cuál entre los siguientes factores competitivos le ha sido más difícil enfrentar en los últimos cinco años?**

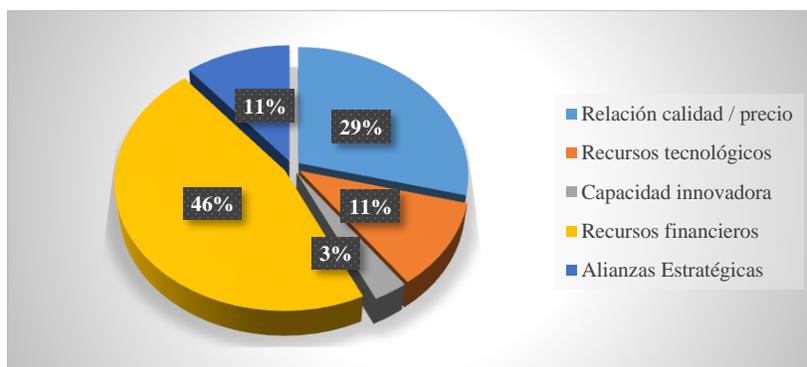
**Tabla 8**

*Factor Competitivo Difícil de Enfrentar*

No.	Opción de respuesta	Cantidad de encuestados	%
1	Relación calidad / precio	10	29
2	Recursos tecnológicos	4	11
3	Capacidad innovadora	1	3
4	Recursos financieros	16	46
5	Recursos Humanos	0	0
6	Alianzas Estratégicas	4	11
<b>TOTAL</b>		<b>35</b>	<b>100</b>

**Figura 6**

*Factor Competitivo Difícil de Enfrentar*



**Análisis:** el 29% de las personas encuestadas considera que el factor competitivo que le ha sido más difícil enfrentar en los últimos cinco años es la relación calidad / precio, el 11% los recursos tecnológicos, el 3% la capacidad innovadora, el 46% los recursos financieros y el 11% las alianzas estratégicas. Gracias a los resultados obtenidos es como se evidencia que uno de los principales problemas con los que se enfrenta todo empresario o emprendedor, tanto al iniciar su empresa como en el crecimiento y expansión es la búsqueda de fuentes de financiación.

6. ¿Cuál fue la fuente de financiamiento de la puesta en marcha de su microempresa?

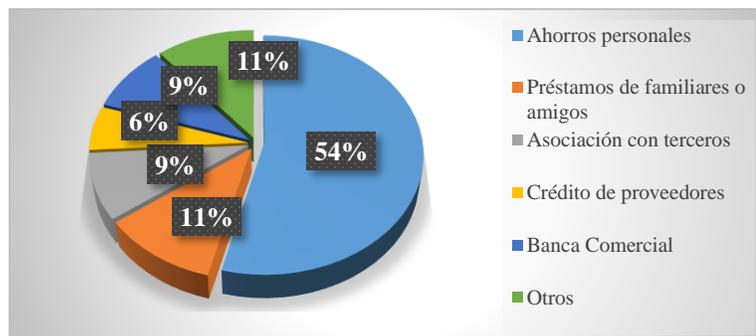
**Tabla 9**

*Financiamiento de Puesta en Marcha*

No.	Opción de respuesta	Cantidad de encuestados	%
1	Ahorros personales	19	54
2	Préstamos de familiares o amigos	4	11
3	Asociación con terceros	3	9
4	Crédito de proveedores	2	6
5	Banca Comercial	3	9
6	Otros	4	11
<b>TOTAL</b>		<b>35</b>	<b>100</b>

**Figura 7**

*Financiamiento de Puesta en Marcha*



**Análisis:** la fuente de financiamiento de la puesta en marcha de los negocios del 54% del total de personas encuestadas fue gracias a ahorros personales, el 11% por préstamos de familiares y amigos, el 9% por asociación con terceros, el 6% gracias a crédito de proveedores, el 9% por medio de la banca comercial y el 11% por otros medios no específicos. Es claro entonces señalar que su desarrollo no es tan inmediato como el de una gran empresa, porque su capitalización proviene de recursos propios como se evidencia en los resultados obtenidos, préstamos de familiares, de bancos, cooperativas y otros con un menor porcentaje de acceso.

7. ¿Es de su interés conocer a sus principales competidores y en qué situación se encuentran?

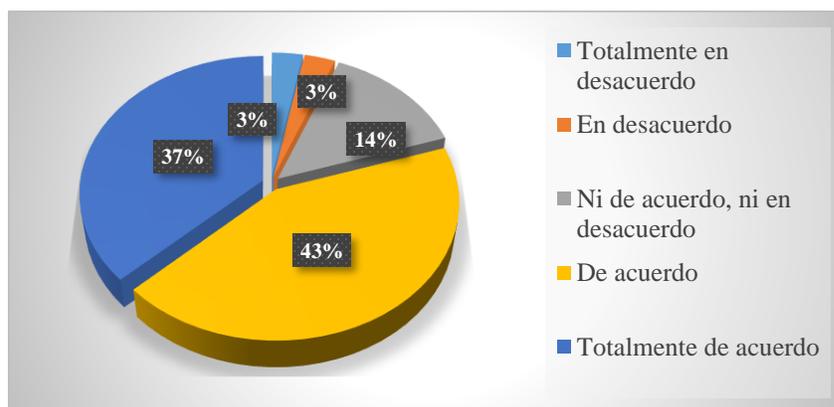
**Tabla 10**

*Conocer Principales Competidores*

No.	Opción de respuesta	Cantidad de encuestados	%
1	Totalmente en desacuerdo	1	3
2	En desacuerdo	1	3
3	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	5	14
4	De acuerdo	15	43
5	Totalmente de acuerdo	13	37
<b>TOTAL</b>		<b>35</b>	<b>100</b>

**Figura 8**

*Conocer Principales Competidores*



**Análisis:** el 3% de las personas encuestadas manifiesta que están en total desacuerdo en conocer a sus principales competidores y en qué situación se encuentran, otro 3% igualmente en desacuerdo, el 14% se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 43% está de acuerdo y el 37% totalmente de acuerdo. El porcentaje más alto representa a las personas que están de acuerdo con conocer la situación de sus principales competidores, enfocados a poder determinar aquellos factores que le sean de gran utilidad para sobresalir en el mercado.

**8. ¿Hubiera sido de su utilidad recibir una capacitación enfocada al servicio que ofrece, en los últimos 5 años?**

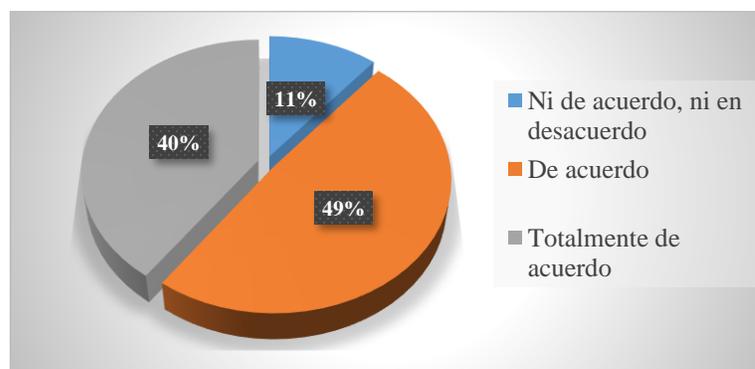
**Tabla 11**

*Capacitación Útil Enfocada al Servicio*

No.	Opción de respuesta	Cantidad de encuestados	%
1	Totalmente en desacuerdo	0	0
2	En desacuerdo	0	0
3	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	11
4	De acuerdo	17	49
5	Totalmente de acuerdo	14	40
<b>TOTAL</b>		<b>35</b>	<b>100</b>

**Figura 9**

*Capacitación útil enfocada al Servicio*



**Análisis:** el 11% de personas encuestadas está ni de acuerdo ni en desacuerdo con lo útil que habría sido recibir capacitación enfocada en el servicio que ofrecen en los últimos cinco años, el 49% indica estar de acuerdo y el 40% restante se encuentra totalmente de acuerdo. Los emprendedores en su mayoría reconocen que la capacitación es el marco propicio para contribuir a un constante crecimiento, aprendizaje, innovación y el desarrollo de habilidades y talentos. Es también uno de los principales aliados para el crecimiento de todo negocio al permitirles detectar oportunidades y amenazas que se relacionan con la competitividad y la toma de decisiones.

**9. ¿En qué área cree que tiene poco conocimiento y debería capacitarse para mejorar la competitividad de su emprendimiento?**

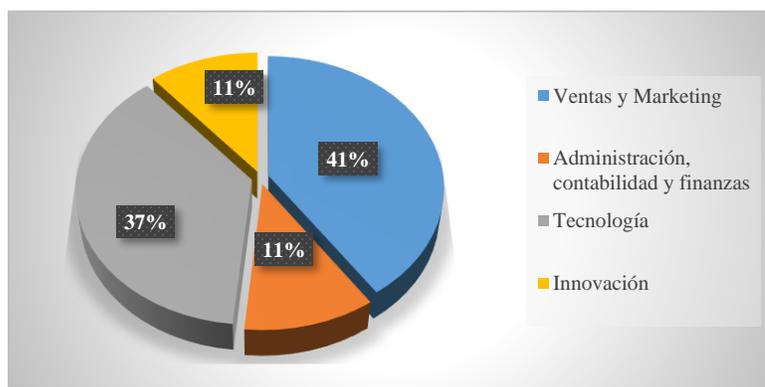
**Tabla 12**

*Escaso Conocimiento en Áreas Específicas*

No.	Opción de respuesta	Cantidad de encuestados	%
1	Ventas y Marketing	14	41
2	Administración, contabilidad y finanzas	4	11
3	Liderazgo	0	0
4	Tecnología	13	37
5	Innovación	4	11
<b>TOTAL</b>		<b>35</b>	<b>100</b>

**Figura 10**

*Escaso Conocimiento en Áreas Específicas*



**Análisis:** del total de personas encuestadas el 40% opina que tiene poco conocimiento y debería capacitarse para mejorar la competitividad de su emprendimiento en el área de Ventas y Marketing, el 11% en Administración, contabilidad y finanzas, el 37% en tecnología y el 11% en Innovación. La capacitación que posee el emprendedor es un factor determinante para impulsar la productividad y competitividad de su negocio, le permite aprovechar oportunidades que se presenten, ya que el entorno de los negocios es cambiante y dinámico.

## 10. ¿Cuenta con estrategias para expandir su negocio y así poder llegar a futuros clientes?

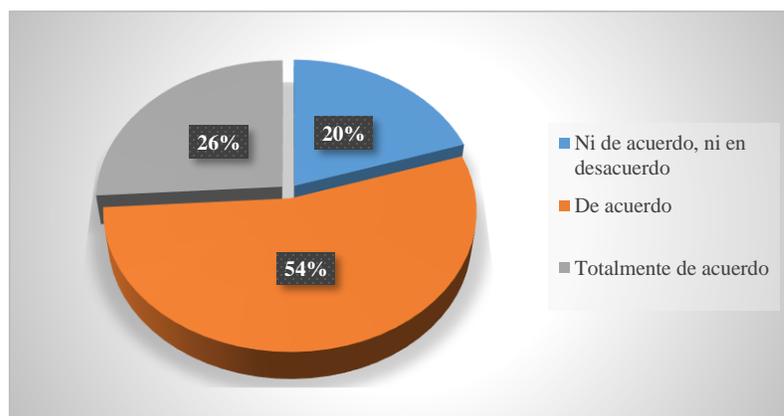
**Tabla 13**

*Contar con Estrategias de Expansión*

No.	Opción de respuesta	Cantidad de encuestados	%
1	Totalmente en desacuerdo	0	0
2	En desacuerdo	0	0
3	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	7	20
4	De acuerdo	19	54
5	Totalmente de acuerdo	9	26
<b>TOTAL</b>		<b>35</b>	<b>100</b>

**Figura 11**

*Contar con Estrategias de Expansión*



**Análisis:** el 20% de personas encuestadas opinan estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con tener estrategias para expandir su negocio y así poder llegar a futuros clientes, el 54% está de acuerdo y el 26% totalmente de acuerdo. Lo que quiere decir que en su mayoría los emprendedores poseen al menos estrategias básicas que utilizan para impulsar sus negocios y alcanzar sus objetivos. Plantearse estrategias no es tarea fácil ya que se deben analizar múltiples factores ya sean internos o externos que influyen directamente en las empresas con la diferencia que las MIPYMES se logran adaptar con mucha más facilidad a los cambios.

### **3.5.3 *Análisis de los Resultados***

#### **3.5.3.1 Análisis de los resultados de las entrevistas a profesionales.**

##### **Entrevista No. 1 Econ. Jorge Enrique Ayala Romero**

Desde el punto de vista del Econ. Ayala, las MIPYMES a pesar de jugar un rol importante en la economía nacional no cuenta con el apoyo suficiente por parte del gobierno, siendo así limitadas las posibilidades de crecer en un corto plazo. Resulta estratégico contar con el apoyo de un sistema seguro y estable que permita una intermediación financiera eficiente, dando acceso a crédito productivo, tasas de interés, condiciones y garantías justas para ambas partes, ya que de lo contrario la banca tendría un riesgo asociado a préstamos sin garantías y sin información confiable, el banco no puede perder con créditos riesgosos.

El profesional también indica que resulta imprescindible un entorno que promueva el fortalecimiento de las MIPYMES y que a la hora de alcanzar estándares de competitividad, no sólo hay que ser productivo sino también eficiente en costos y en el servicio que prestan, contar con formación, capacitación y planes estratégicos. Añade que la ausencia de planes estratégicos, de conocimiento del mercado y de ciertas herramientas básicas que debe tener todo empresario limita su crecimiento.

Sugiere establecer un plan de mejora continua, dependiendo del sector porque los servicios pueden ser variados y las necesidades pueden ser diferentes para cada uno de los tipos de servicios, trabajar en temas de acceso a financiamiento barato, capacitación continua en temas empresariales, como temas comerciales, satisfacción al cliente, ventas, elaboración de plan estratégico ya que son ese tipo de factores en los que existen falencias en las MYPYMES.

### **Entrevista No. 2 Dr. Miguel Herrera Estrella**

Desde el punto de vista del Doctor en contaduría Miguel Herrera, las MIPYMES han recibido sólo un apoyo parcial por parte del gobierno y con la crisis sanitaria no hay crédito barato para que las micro empresas puedan solventar sus deudas y seguir funcionando. En el Ecuador las micro son empresas que venden hasta trescientos mil dólares, las pequeñas de trescientos mil uno a un millón y las medianas de un millón uno a cinco millones por lo que considera que de acuerdo al tamaño de la MIPYMES la productividad laboral se incrementa.

El profesional indica estar convencido de que la educación y el conocimiento es el factor determinante para salir del subdesarrollo. Añade además que la cifra de la sostenibilidad de las MYPYMES es escalofriante, que apenas sólo el 20% sobrevive después de los 5 años y antes de los 5 años el 80% desaparece.

Con base en su experiencia menciona que uno de los factores que agobia a las MIPYMES en el sector de los servicios es que el crédito otorgado por el sistema financiero nacional es muy caro y eso ahoga la liquidez de la misma, por lo tanto, sugiere créditos realmente blandos para refrescar su liquidez, con tasas de interés bajas, con tiempos de gracias para darle espacio para que se recupere en la pandemia.

#### **3.5.3.2 Análisis de los resultados de las encuestas.**

Con la ayuda de la encuesta que se realizó a 35 personas emprendedoras, con poco o mucho tiempo en el mercado, se establecieron varios puntos relevantes que van direccionados a influir en la competitividad de cualquier negocio sin importar su tamaño. La mayoría de los encuestados consideran la opinión de sus clientes, la innovación, los recursos financieros seguido de la relación calidad / precio, la capacitación, la tecnología, ventas y marketing y las estrategias, como factores en los cuales deben de trabajar las MIPYMES de servicios y poder lograr la

competitividad necesaria para mantenerse y crecer en el mercado. Así pues, si una MIPYMES desea expandir su negocio, debe de ser altamente competitiva.

### 3.6 Validación de la Hipótesis.

Para establecer la validación de la hipótesis, se han considerado las entrevistas realizadas a un economista y a un doctor en contaduría, además las encuestas aplicadas a emprendedores de la ciudad de Guayaquil. A continuación se proyecta la tabla con los aspectos positivos para constatar la aprobación de la hipótesis planteada en la presente investigación.

**Tabla 14**

*Aspectos Positivos para la Validación de la Hipótesis*

<b>Hipótesis</b>	<b>Aspectos positivos</b>
Si se diseñan estrategias mejoraría la competitividad de las MIPYMES de Servicios en Guayaquil	<p>Los especialistas enfatizan que si se aplican estrategias las MIPYMES de servicios podrán ser mucho más competitivas y lograr el posicionamiento esperado dentro del mercado.</p> <p>Las personas encuestadas ratifican la importancia de implementar estrategias competitivas en sus negocios para lograr un rendimiento superior al de sus competidores</p>

*Nota.* Se exponen aspectos positivos de la aplicación de estrategias en las MIPYMES.

## **Capítulo IV**

### **La Propuesta**

#### **4.1 Tema**

Factores que determinan la competitividad de las MIPYMES de servicios en Guayaquil – Ecuador durante el periodo 2015 - 2019

#### **4.2 Título**

Establecer estrategias para mejorar el desempeño de las MIPYMES de servicios en Guayaquil

#### **4.3 Justificación de la Propuesta**

Mediante la propuesta se busca plantear estrategias que le permita a las MIPYMES de servicios alcanzar sus objetivos y habiendo reconocido las barreras y limitaciones de sus negocios saber implementarlas de manera efectiva.

Se determinó por medio de la encuesta a emprendedores que la mayoría consideran la opinión de sus clientes junto con una relación más directa con ellos, la innovación, los recursos financieros seguido de la relación calidad / precio, la capacitación, la tecnología, las ventas, el marketing y las estrategias, como factores en los cuales deben de trabajar y poder así explotar sus capacidades emprendedoras y lograr la competitividad necesaria para mantenerse y crecer en el mercado. Adicionalmente las entrevistas realizadas a profesionales, puntualizaron temas de vital importancia que aportan a reconocer la necesidad de establecer estrategias básicas que ayuden a los emprendedores en su desarrollo y permanencia en un mercado que cada día es más competitivo. Se ha vuelto muy notable el interés de los emprendedores por conocer de los factores que determinan la competitividad y de las estrategias para mejorarla. Es por esta razón que luego del desarrollo de toda la investigación se proponen estrategias que les permita a las

MIPYMES reconocer todo lo superfluo que no esté generando rentabilidad, también a mejorar el servicio que ofrecen, aprovechar las oportunidades y por ende a elevar su competitividad.

#### **4.4 Objetivos de la Propuesta**

##### **4.4.1 *Objetivo General***

Analizar los factores que determinan la competitividad de las MIPYMES de Servicios en Guayaquil durante el período 2015-2019

##### **4.4.2 *Objetivos Específicos***

- Determinar el rol que ocupan las MIPYMES en el desarrollo de la economía en los últimos años.
- Describir los factores relevantes en la competitividad de las MIPYMES
- Evaluar la competencia de las MIPYMES en Guayaquil
- Establecer estrategias para mejorar el desempeño de las MIPYMES de servicios en Guayaquil.

#### **4.5 Fundamentos de la Propuesta**

La propuesta del presente trabajo de investigación tiene como fundamento guiar a los emprendedores en la tarea de tomar decisiones relevantes para potenciar sus negocios, aprovechando la flexibilidad de las MIPIMES para adaptarse a los cambios y obtener así el mayor beneficio posible. Además implementar estrategias eficaces y eficientes que les permita mejorar su desempeño, lograr mejores resultados superando a la competencia y manteniéndose en el mercado.

#### **4.6 Desarrollo de la Propuesta**

El interés de los emprendedores por conocer mucho más sobre los factores y estrategias necesarias para mejorar la competitividad, evidencia su preocupación en que ven su desarrollo

estructural, competitivo y funcional estancado. Por lo tanto se determinarán estrategias razonables que les permita a las MIPYMES enfrentar y adaptarse a los cambios futuros, a ser más competitivas y por ende mantenerse y crecer en el mercado. También se dispondrá del análisis de la matriz FODA que será de gran ayuda para reconocer los factores internos y externos que limitan el desarrollo del negocio, esto con la finalidad de tener información clara y concreta para tomar decisiones pertinentes que logren elevar el nivel de competitividad de la MIPYMES.

#### **4.6.1 Matriz FODA**

La matriz FODA permitirá diferenciar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que tienen las MIPYMES en la actualidad, influyendo de manera directa en la definición de estrategias y en la toma de decisiones de los emprendedores.

Tabla 15

## Matriz FODA - Análisis de las MIPYMES

FACTORES INTERNOS	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Requiere una inversión mínima para iniciar o diversificar sus operaciones.</li> <li>• Flexibilidad para adaptarse a los cambios.</li> <li>• Relación más directa con el cliente.</li> <li>• Facilidad para descubrir pequeños nichos de mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de financiamiento y liquidez para crecer.</li> <li>• Escasa capacitación en temas empresariales.</li> <li>• Limitado conocimiento en Marketing digital.</li> <li>• Informalidad del negocio.</li> </ul>
<b>FACTORES EXTERNOS</b> <b>Oportunidades (O)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevos mercados y líneas de negocios.</li> <li>• Reformas educativas a favor del emprendimiento.</li> <li>• Evolución del uso de las redes sociales para publicitar bienes y servicios.</li> <li>• Apoyo del gobierno a las MIPYMES.</li> </ul>	<b>ESTRATEGIAS (FO)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Innovar el servicio de acuerdo a las necesidades del cliente.</li> <li>✓ Evaluar, detectar y asumir riesgos.</li> <li>✓ Formar parte de foros y redes sociales donde interactúan potenciales clientes.</li> <li>✓ Adaptar el servicio a nuevos hábitos de consumo en el país.</li> </ul>	<b>ESTRATEGIAS (DO)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Buscar otras opciones de financiar un emprendimiento.</li> <li>✓ Aprovechar cursos gratuitos enfocados al desarrollo empresarial y emprendedor.</li> <li>✓ Uso del marketing digital y redes sociales.</li> <li>✓ Aprovechar plan de gobierno para digitalizar a las MIPYMES.</li> </ul>
<b>Amenazas (A)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos o servicios sustitutos de menor precio.</li> <li>• Competencia mejor capacitada en temas financieros.</li> <li>• Limitado acceso a las líneas de crédito.</li> <li>• Ingreso de nuevos competidores en el mercado con mayor capacidad de inversión.</li> </ul>	<b>ESTRATEGIAS (FA)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Refrescar ideas que permitan innovar o crear sin necesitar mayor inversión.</li> <li>✓ Desarrollar habilidades que sorprenda a la competencia y fidelice al cliente.</li> <li>✓ Informarse correctamente sobre las líneas de crédito existentes, si son convenientes o no.</li> <li>✓ Añadir valor al producto o servicio de manera que se diferencie de la competencia.</li> </ul>	<b>ESTRATEGIAS (DA)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ofrecer una nueva línea de producto o servicio más económica.</li> <li>✓ Crear una valla psicológica que desincentive al cliente a cambiar de producto o servicio.</li> <li>✓ Construir una página web que atraiga inversionistas.</li> <li>✓ Evitar gastos innecesarios y crear un fondo anual destinado a invertir para competir.</li> </ul>

*Nota.* Se utilizó información recabada de la encuesta y las entrevistas para la elaboración de la matriz

FODA.

#### **4.6.2 *Diversificar el Servicio***

Es una de las estrategias más relevantes al momento de expandirse y desarrollar el potencial que tiene para cubrir otro tipo de demandas. Existen dos opciones principalmente:

- Lanzar al mercado un producto o servicio similar al de origen o que pertenezca al mismo segmento, que cubra las necesidades de sus clientes de una manera más completa. Por ejemplo: una MIPYME que ofrece el servicio de lubricadora y mecánica automotriz, expande su negocio ofreciendo el servicio de lavado y encerado y adicional oferta productos relacionados.
- Lanzar al mercado un producto o servicio totalmente diferente que pertenece a un mercado en el que se tiene poco o nada de experiencia pero en el que se piensa existe una oportunidad de negocio.

Diversificar no es tarea fácil, se debe analizar el mercado en el que se desea incursionar y reconocer el potencial de oportunidades que representaría para su negocio. Luego de tener una idea clara de lo antes mencionado se podrá determinar las estrategias específicas a desarrollar para lograr su objetivo. Cuando se logra implementar una estrategia de diversificación de manera eficaz y eficiente indiscutiblemente las MIPIMES habrán impulsado su negocio, lograrán ventajas competitivas, y tendrán bases mucho más sólidas para enfrentar cambios que puedan suscitarse en el o los mercados en el que se desenvuelve.

#### **4.6.3 *Formar Parte de Foros y Redes Sociales Donde Interactúan Potenciales Clientes***

El uso de las redes sociales y de cualquier plataforma digital es herramienta indispensable para impulsar un producto o servicio, permite una interacción directa con el cliente conociendo de una manera fácil y rápida sus opiniones o comentarios y si el producto o servicio satisface sus expectativas, siendo así actuarán en beneficio atrayendo muchos más clientes. Conocer y satisfacer las necesidades de los clientes es parte fundamental para el desarrollo y competitividad

de todo negocio sin importar su tamaño. Plataformas como Facebook, Twitter, Instagram entre otras son las herramientas más utilizadas y que cuenta con un creciente número de usuarios que tienen la facilidad de conocer el producto o servicio 24/7.

Resulta muy importante el nivel de respuesta ante las solicitudes de los clientes, ya que es uno de los factores que determinará la calidad del servicio prestado, por lo que existe la manera de utilizar respuestas guardadas que las vuelve ideales para las personas que deben responder a miles de inquietudes diarias que por lo general resultan repetitivas.

Analizar de manera general la cantidad de comentarios que se han escrito fruto de satisfacción o de frustración, la cantidad de visitas y me gusta que se dan en el perfil del negocio, ayudará a determinar el alcance que está teniendo, los cambios que puedan hacerse para mejorar y poder así distribuir el tiempo y los recursos de manera correcta. El éxito de la presente estrategia dependerá de la calidad y cantidad de imágenes que se publique, el contenido dinámico, la constancia y la organización con la que manejes las redes sociales.

#### ***4.6.4 Capacitación Enfocada al Desarrollo Empresarial y Emprendedor***

No es suficiente saber cómo crear una empresa y cómo administrarla sino que se debe contar con habilidades, principalmente la de saber reconocer oportunidades de negocio. Se logra optimizar los recursos haciendo uso de los beneficios que ofrece el internet, el cual permite a cualquier persona emprendedora o no autoeducarse. Existen cursos gratuitos destinados a gente emprendedora que gracias a mirar por lo que se considera una ventana abierta al mundo, pueden generar ideas innovadoras, que podrían inclusive revolucionar un mercado.

#### ***4.6.5 Aprovechar Plan de Gobierno para Digitalizar a las MIPYMES***

Actualmente, debido a la crisis sanitaria originada por el virus COVID-19 se ha intensificado el uso de herramientas digitales para implementar el teletrabajo por lo que el

gobierno en agosto del 2020 presentó un plan para ofrecer a las MIPYMES la creación de su página web de manera gratuita con dos objetivos principales, primero la de ofrecer seguridad sanitaria a los emprendedores que por medio del uso de esta herramienta digital se implementa el teletrabajo y segundo para impulsar el comercio electrónico y la reactivación financiera, eliminando una de las barreras que limita el desarrollo competitivo del negocio.

#### **4.6.6 Fidelizar al Cliente**

La estrategia de fidelización del cliente no es solo una de las más importantes sino que es una de las que garantiza rentabilidad en el negocio. Es conocido que resulta menos costoso conservar un cliente que atraer a uno nuevo, en su mayoría por falta de experiencia las MIPYMES se concentra en captar nuevos clientes y se descuida a los que ya se tiene generando así una seria inestabilidad en sus finanzas.

- Comunicación directa con el cliente para conocer sus necesidades, su nivel de satisfacción y si desea realizar alguna sugerencia.
- Mantener al cliente al tanto de promociones o descuentos de manera personalizada.
- Familiarizarse con los nombres de los clientes frecuentes manteniendo siempre el debido respeto es una estrategia para hacerlos sentir en confianza y que el lugar donde recibe el servicio o adquiere el producto lo espera con los brazos abiertos.
- Premiar la concurrencia de los clientes otorgándole algún beneficio que esté considerado como parte de la estrategia.
- Sobrepasar las expectativas del cliente ofreciendo un excelente servicio a un precio justo y una atención satisfactoria.

Estos principales puntos ayudarán a fidelizar al cliente logrando así por medio de dicha estrategia, un horizonte claro de por dónde se debe avanzar y a dónde se quiere llegar. Además ayudará a priorizar decisiones y a optimizar recursos.

#### ***4.6.7 Buscar otras Opciones de Financiar un Emprendimiento.***

##### **4.6.7.1 Plataformas de Financiamiento Colectivo (Crowfundindg).**

El crowdfunding, financiación colectiva o también llamado micromecenazgo, es una manera de invertir o de obtener recursos, que por medio de pequeñas cantidades de dinero de diferentes personas u organizaciones se logra financiar un negocio o un proyecto que no inicia aún. Los interesados en invertir lo hacen ya sea por obtener un porcentaje de utilidad, participación, reconocimiento o algún otro beneficio, aunque existe también el tipo de crowdfunding en el que se realiza o se recibe donaciones que por lo general son para financiar proyectos sociales. Es básicamente, una red de financiamiento y en la actualidad cada vez más personas se unen a esta forma de financiar sus negocios o de invertir sus ahorros.

Este sistema para dar o recibir financiamiento ha ganado terreno en el mundo emprendedor, existen diversas plataformas de crowdfunding en las que se puede incursionar y en el Ecuador ya se reconoce el crowdfunding como una opción de financiamiento.

## Conclusiones

- Las MIPYMES necesitan seguir generando ingresos que logren cubrir costos y generar ganancias que les permita mantenerse en el mercado. En la actualidad debido la crisis sanitaria originada por el virus COVID-19 se ha intensificado el uso de herramientas digitales para implementar el teletrabajo por lo que el apoyo actual del gobierno en cuanto a facilitar la creación de páginas Web de forma gratuita es esencialmente oportuno, no solo por seguridad sino porque se supera una de las barreras que limita el desarrollo competitivo del negocio.
- Del resultado de la encuesta se concluye que la mayoría de los emprendedores presentan problemas para financiar sus negocios, poder expandirse y competir, esto debido a la falta de financiamiento y de acceso a créditos con tasas de interés que se adapten a su situación financiera actual. También el tema que concientizan es el nivel de conocimiento en ciertos temas empresariales que los limita en su desarrollo.
- Los conocimientos empresariales con que cuentan los emprendedores son limitados, pero a través de la combinación entre capacitación y seguimiento se puede revertir la situación de dichos microempresarios, logrando así mayores habilidades y actitudes para competir en un mercado que cada vez es más exigente.
- Se puede concluir finalmente que la presente investigación ha cumplido con los objetivos planteados y que la aplicación de estrategias básicas como, diversificar el servicio que se ofrece, formar parte de foros y redes sociales donde se interactúa con potenciales clientes, adquirir habilidades enfocadas en el desarrollo empresarial, aprovechar el apoyo que ofrece el gobierno en algunos aspectos es indispensable para lograr resultados positivos a largo plazo, el ejecutarlas de manera correcta permitirá alcanzar los objetivos propuestos y posicionarse en el mercado en el que se desenvuelve.

### **Recomendaciones**

- Para ser competitivo, indiscutiblemente la diversificación es un factor clave en poder lograrlo, pero resulta importante recomendar que al momento de tomar la decisión de incursionar en un nuevo mercado, la MIPYME se encuentre estable económicamente ya que diversificar implica invertir sus ganancias y su tiempo asumiendo altos riesgos.
- Se aconseja utilizar herramientas de programación en redes sociales que optimicen el tiempo, los recursos y el trabajo en equipo. Una de las ventajas de estas herramientas es que permite designar otros administradores para su manejo, esto permitirá mantener en constante movimiento y actualización publicando contenido en todas las redes o plataformas automáticamente.
- Mantenerse actualizado constantemente en todos los ámbitos ya que es el factor clave para innovar, producir y crecer en un mercado que siempre será competitivo. Muchos negocios han iniciado y tenido éxito sin contar con mucha preparación pero eso solo refleja un bienestar efímero. Lo que es recomendable es no confiarse y apostar a que la preparación le permite ampliar sus horizontes y por lo tanto contar con ideas frescas para volver más competitivo su emprendimiento.
- Buscar fortalecerse aplicando las estrategias planteadas a cabalidad sobre todo las micro y pequeñas empresas que son las que tienen una alta probabilidad de no lograr mantenerse en un mercado que crece cada día y que demanda mayor esfuerzo.

## Referencias Bibliografía

- Arias, A. S. (05 de 11 de 2016). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/productividad.html>
- Arias, E. R. (23 de 12 de 2019). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/recursos-financieros.html>
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación*.
- Arteaga, L. E., & Zambrano, A. C. (2020). *Repositorio ULVR*. Recuperado el Febrero de 2020, de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/3527>
- Bermeo, K. K. (2018). *Repositorio Digital UCSG*. Recuperado el Febrero de 2020, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/11567>
- Directorio de Empresas y Establecimiento (DIEE). (10 de 2020). *Boletín Técnico DIEE 2019*. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio\\_Empresas\\_2019/Boletin\\_Tecnico\\_DIEE\\_2019.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2019/Boletin_Tecnico_DIEE_2019.pdf)
- Directorio de Empresas y Establecimientos, D. (10 de 2020). *Boletín Técnico DIEE 2019*. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio\\_Empresas\\_2019/Boletin\\_Tecnico\\_DIEE\\_2019.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2019/Boletin_Tecnico_DIEE_2019.pdf)
- Enrique Rus Arias. (9 de 12 de 2020). *economipedia.com*.
- Fuertes, E. C. (2019). *Repositorio UPEC*. Recuperado el Febrero de 2020, de <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/784>
- Galán, J. S. (30 de 11 de 2015). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/emprendedor.html>

Guía de Tributación de las MIPYMES en Ecuador. (08 de 2020). Obtenido de

[https://www.tfc.com.ec/uploads/noticia/adjunto/685/GUIA\\_DE\\_TRIBUTACI%C3%93N\\_DE\\_LAS\\_MIPYMES\\_EN\\_ECUADOR\\_compressed.pdf](https://www.tfc.com.ec/uploads/noticia/adjunto/685/GUIA_DE_TRIBUTACI%C3%93N_DE_LAS_MIPYMES_EN_ECUADOR_compressed.pdf)

Guillermo Westreicher. (25 de 4 de 2020). *economipedia.com*.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (s.f.). *INEC*. Obtenido de

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

Juste, C. A. (10 de 11 de 2016). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/calidad-crediticia.html>

Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. (2020).

Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. (28 de 02 de 2020). Obtenido de

[https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento\\_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf)

López, J. F. (08 de 06 de 2018). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/calidad-financiera.html>

López, J. F. (08 de 11 de 2018). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/muestra-estadistica.html>

López, J. F. (9 de 10 de 2019). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/poblacion-estadistica.html>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2021).

Nicola, L. A. (2015). *Repositorio UG*. Recuperado el Febrero de 2020, de

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8956/1/TESIS%20MIPYMES.pdf>

Pablo Orellana Nirian. (06 de 09 de 2019). *economipedia.com*.

Peiró, R. (04 de 06 de 2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/calidad-2.html>

- Perez, E. J. (2018). *Repositorio UCSG*. Recuperado el Febrero de 2020, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/10788>
- Portal Único de Trámites Ciudadanos. (s.f.). *Gob. EC*. Obtenido de <https://www.gob.ec/mpceip/tramites/emision-registro-unico-mipymes>
- Quiroa, M. (25 de 06 de 2020). *economipedia.com* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estrategia-competitiva.html>
- Real Academia de la Lengua Española (RAE). (2019). Obtenido de <https://dle.rae.es/>
- Roldán, P. N. (02 de 12 de 2016). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>
- Roldán, P. N. (21 de 08 de 2017). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tecnologia.html>
- Roldán, P. N. (2018). Obtenido de [economipedia.com](http://economipedia.com).
- Sampieri, R. H. (2015). *Metodología de la Investigación*. México D. F.
- Servicio de Rentas Internas (SRI). (2020). Recuperado el Febrero de 2020, de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/regimen-impositivo-para-microempresas>
- Servicio de Rentas Internas (SRI). (s.f.). *Ley Orgánica para la Reactivación de la economía y Fortalecimiento*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/ley-organica-para-la-reactivacion-de-la-economia-y-fortalecimiento>
- Silva, J. (2020). *Metodología de la Investigación, Elementos Básicos*.
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS). (s.f.). *SUPERCIAS*. Obtenido de <https://www.supercias.gob.ec/portalscv/>
- Torres, Paz,Salazar, M. (2019). *Métodos de recolección de datos para una investigación*.

Troncoso, Amaya, C. (2017). Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/rfmun/v65n2/0120-0011-rfmun-65-02-329.pdf>

Vesga, R. (2017). Obtenido de <https://web.unillanos.edu.co/docus/Emprendimiento%20e%20innovacion.pdf>

Westreicher, G. (27 de 06 de 2015). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/pyme.html>

Westreicher, G. (10 de 09 de 2018). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/rebaja-de-calificacion-creditica.html>

Westreicher, G. (2019). *economipedia.com*.

Westreicher, G. (29 de 05 de 2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/innovacion-empresarial.html>

Westreicher, G. (23 de 02 de 2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>

## Apéndices

### Apéndice A.- Modelo de entrevista realizada a profesionales en economía

Nombre del entrevistado:

Profesión:

¿Considera que en Ecuador las MIPYMES reciben el apoyo suficiente de parte del gobierno para potenciar su crecimiento?

¿Cree usted que la productividad laboral en el Ecuador se incrementa según el tamaño de las MIPYMES?

¿De qué forma cree que se puede evaluar la competencia de las MIPYMES de servicios en el país?

¿Al reconocer los factores de la competitividad, qué cambios son aplicables que beneficien a las MIPYMES?

¿Usted cree que la falta de conocimiento en el ámbito empresarial sea una debilidad que limita el crecimiento de las MIPYMES?

¿Considera que ser competitivo es ser altamente productivo?

¿Cómo saber reconocer si una MIPYMES cuenta con la suficiente madurez para expandirse y entrar a competir con otras con más tiempo en el mercado?

¿Qué medidas tomaría usted para impulsar la competitividad de las MIPYMES de servicios en la ciudad de Guayaquil?

¿Cuál considera usted el mejor indicador de la efectividad de aplicar estrategias para mejorar la competitividad de las MIPYMES de Servicios en Guayaquil?

¿Considera que los requisitos para solicitar un crédito en el sector de la MIPYMES de la ciudad de Guayaquil, son excesivos, y provoca el abandono de futuros microempresarios?

## **Apéndice B.- Modelo de Encuesta Realizada a Personas Propietarias de una MIPYMES**

Estimado(a) solicito cordialmente responder la siguiente encuesta que forma parte de una investigación académica de la Universidad de Guayaquil y cuyas respuestas serán de gran utilidad para el desarrollo de una tesis basada en los Factores que determinan la Competitividad de las MIPYMES de Servicios en la ciudad de Guayaquil. Gracias de antemano por su colaboración.

### **Servicio que ofrece:**

#### **1. ¿Hace cuánto tiempo inició su emprendimiento?**

Menos de 1 año

1 a 3 años

3 a 5 años

Más de 5 años

#### **2. ¿Cuántas personas laboran en su negocio?**

Sólo yo

Menos de 5 personas

Entre 5 y 10 personas

Entre 10 y 15 personas

Entre 15 y 20 personas

De 20 a más personas

3. ¿Cree que Recolectar opiniones de sus clientes para mejorar el servicio que ofrece es de gran importancia?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

4. ¿La innovación es constante en el servicio que ofrece y satisface las expectativas de sus clientes?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

5. Cómo emprendedor, ¿cuál entre los siguientes factores competitivos le ha sido más difícil enfrentar en los últimos cinco años?

- Relación calidad / precio
- Recursos tecnológicos
- Capacidad innovadora
- Recursos financieros

Recursos Humanos

Alianzas Estratégicas

6. ¿Cuál fue la fuente de financiamiento de la puesta en marcha de su microempresa?

Ahorros personales

Préstamos de familiares o amigos

Asociación con terceros

Crédito de proveedores

Banca Comercial

Otros

7. ¿Es de su interés conocer a sus principales competidores y en qué situación se encuentran?

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

8. ¿Hubiera sido de su utilidad recibir una capacitación enfocada al servicio que ofrece, en los últimos 2 años?

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

9. ¿En qué área cree que tiene poco conocimiento y debería capacitarse para mejorar la competitividad de su emprendimiento?

Ventas y Marketing

Administración, contabilidad y finanzas

Liderazgo

Tecnología

Innovación

10. ¿Cuenta con estrategias para expandir su negocio y así poder llegar a futuros clientes?

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

**Figura B 1**

*Encuesta Realizada con Microsoft Forms*

Competitividad de las MIPYMES de Servicios en la ciudad de Guayaquil

Estimado(a) solicito cordialmente responder la siguiente encuesta que forma parte de una investigación académica de la Universidad de Guayaquil y cuyas respuestas serán de gran utilidad para el desarrollo de una tesis basada en los Factores que determinan la Competitividad de las MIPYMES de Servicios en la ciudad de Guayaquil. Gracias de antemano por su colaboración.

1. ¿Hace cuánto tiempo inició su emprendimiento?

Menos de 1 año

1 a 3 años

**Figura B 2**

*Número de Respuestas Obtenidas en la Encuesta*

