



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Técnica Particular de Loja

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MODALIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA

EL IMPACTO DE LAS TICS EN EL DESEMPEÑO DE LAS PYMES EN
EL ECUADOR CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA
ELENA DEL AÑO 2010”.....

TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE ING. EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORA: RASA EDITH ZAMBRANO PALACIOS

DIRECTORA: ING. BEATRIZ HURTADO REGALADO

CENTRO UNIVERSITARIO LOJA

2010

Ing. Beatriz Hurtado Regalado.

DOCENTE DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

C E R T I F I C A:

Que la investigación ha sido realizada por la estudiante Rosa Edith Zambrano Palacios, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por lo tanto autorizo su presentación.

Loja, octubre del 2010

f)

Yo, Rosa Edith Zambrano Palacios, declaro ser autora del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: "Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad

f.
Autora

AUTORÍA

Las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de exclusiva responsabilidad de los autores.

.....
Rosa Edith Zambrano Palacios

DEDICATORIA

A Dios por darme salud, entusiasmo, y perseverancia para culminar este propósito académico.

A ese grande y tenaz equipo que enriqueció mi vida:

Mí querido esposo Elías, mis adorados hijos Eliana, Denisse y Cristhian quienes motivaron en mí el crecimiento Profesional.

A mi Madre Rosita de mi corazón, a quién le pido disculpas por haber tenido que esperar tanto por este título.

A mi Padre Porfirio que desde el cielo me ha conducido e impulsado para que no desmaye.

También a mis hermanos y familiares que se han mantenido siempre pendientes y vigilantes de mi progreso académico.

Rosa Edith Zambrano Palacios

AGRADECIMIENTO

A La **Universidad Técnica Particular de Loja** por permitirme realizar mis estudios profesionales, a través de la Educación a Distancia.

De manera especial, mi agradecimiento a la **Ing. Beatriz Hurtado R.** por haber guiado y orientado acertadamente este valioso proyecto.

A la empresa “**DIFARE S. A.**”, Quién fue el promotor e impulsador al apoyar esta aspiración académica.

Principalmente agradezco a mi esposo, mis hijos, colaboradores importantes que siempre estuvieron a mi lado impulsando y estimulando para culminar con éxito mi carrera.

La autora

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Certificación	II
Declaración y cesión de derechos	III
Autoría	IV
Dedicatoria	V
Agradecimiento	VI
Índice de contenidos	VII
Resumen ejecutivo	VIII

CAPÍTULO I

1. MARCO TEORICO: TIC”s, productividad y competitividad.

1.1	Teoría sobre la competitividad.	2
1.1.1	Definición de la competitividad	4
1.2	Ventajas competitivas y estrategias competitivas.	4
1.2.1	Desventajas	5
1.2.2	La estrategia competitiva,	5
1.3	Las TIC”s; productividad y competitividad en las PYMES	8
1.3.1	Modelo micro-económico sobre la adopción de TICs por las PYMES.	9
1.4	Factores internos y externos que afectan la adopción de las TIC´s por parte de las PYMES en América del Sur.	10
1.5	Evidencias empíricas nacionales y locales.	15

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS EXPLORATORIO SITUACIONAL

2.1	Estructura demográfica y redes de articulación de la región	22
2.1.1	Datos geográficos y límites	23
2.2.	Características de las PYMES en el Ecuador	29
2.2.1	Número de PYMES	29
2.2.2	Ámbito jurídico	29
2.2.3	Innovación	29
2.3	Características de las PIMES en la Prov. de Santa Elena	30
2.3.1	debilidades generales de las PYMES	30
2.3.2	debilidades internas de las PYMES	30
2.3.3	propuesta de políticas sugeridas	30
2.3.4	microempresas, pequeñas y medianas empresas	32
2.3.5	Indicadores	33
2.3.6	Potencialidades	33
2.4	Leyes para el desarrollo de la competitividad de la micro, pequeña, y Mediana empresa en el Ecuador.	34

2.4.1	Marco Constitucional y Legal	34
2.4.2	Nivel Micro	35
2.4.3	Articulación con el plan nacional de desarrollo	36
2.4.4	Política 3: Impulsar a las micro, pequeñas y medianas empresas, artesanos y empresas de economía social y solidaria.	38
2.4.5	Política 4: Promover el empleo de calidad y mejorar la calificación de la mano de obra.	38
2.4.6	Política 5: Promover la producción de bienes y servicios de calidad.	38
2.4.7	Política 6: Incorporar, desagregar, adaptar y asimilar nuevas tecnologías en los procesos productivos.	39
2.4.8	Desarrollo interno, inclusión social y competitividad real.	39
2.4.9	Diversificación productiva.	39
2.5	Organismos de apoyos locales.	48

CAPÍTULO III

3. DIANOSTICO, ACCESO, USO, Y ADOPCIÓN, E IMPACTO DE LAS TIC”s EN LA EMPRESA

2.1.1	Metodología utilizada (Método, técnica, instrumentos)	50
3.1.1	Encuesta	50
3.1.2	Alcance del Estudio	50
3.2	Información general de la PYME en el Cantón Santa Elena	50
3.2.1	Tipos de Empresa (Análisis de la Información).	51
3.2.2	Actividad Económica de la empresa.	52
3.2.3	Número de empleados.	54
3.2.4	Categoría de la empresa	55
3.3	Acceso y uso de tecnologías de la información y comunicación	56
3.3.1	Computadores que dispone la empresa (Pesca) Adm.	56
3.3.2	Computadores que dispone la empresa (Comercio) Adm.	57
3.3.3	Computadores que dispone la empresa (Hoteles y Restaurantes) Adm.	58
3.3.4	computadores que dispone la empresa “todos los sectores” Adm.	59
3.3.5	Aplicaciones informáticas instalada en los computadores	59
3.3.6	Tipo de conexión de la empresa	60
3.3.7	Internet para interaccionar con la administracion pública	60
3.3.8	La empresa posee sitio web	61
3.3.9	servicios disponibles en página web	61
3.3.10	Tiempo que lleva usando la Intranet	62

3.3.11	Tiempo que lleva usando la Extranet	63
3.3.12	Tipo de correo electronico	64
3.3.13	comparte la empresa electronicamente informacion, sobre la cadena de suministros, con sus proveedores o clientes.	65
3.3.14	Líneas telefónicas móviles que dispone su empresa	66
3.3.15	Plan corporativo.	67
3.4	Comercio electrónico	68
3.4.1	Compras por correo electrónico	68
3.4.2	Porcentaje de compras realizadas por Internet	69
3.4.3	Ventas por correo electronico	69
3.4.4	Porcentaje de ventas realizadas por Internet	70
3.5	Decision, motivos, financiamiento, obstaculos y seguridad tic´s	71
3.5.1	Decisión de incorporar las tic´s.	71
3.5.2	Monto aproximado del gasto anual de las tic´s (2.009)	72
3.5.3	Monto aproximado del gasto anual de las tic´s (2.010)	73
3.5.4	Monto aproximado del gasto anual de las tic´s (2.009 vs. 2.010)	74
3.5.5	financiamiento de las tic´s (2.009)	75
3.5.6	financiamiento de las tic´s (2.010)	76
3.5.7	financiamiento de las tic´s (2.009 vs. 2.010)	77
3.6	Impacto de las TIC´s	78
3.6.1	Las tic´s han ayudado a mejorar la gestion de la empresa	78
3.6.2	resultados economicos positivos derivado del uso de las TIC´s	79
3.7	Formación en TIC´s	80
3.7.1	Los directivos de la empresa manejan las tic´s en su actividad diaria.	80
3.7.2	manejan web 2.0	81
3.7.3	formacion en tic´s a sus empleados	82
3.8	Propuesta y/o modelo de buenas prácticas en el uso de las TIC´s.	83
3.8.1	Modelo a ser propuesto.	83
3.8.2	Planteamiento de Objetivos	84
3.8.3	Implementar Modelo	85

RESUMEN EJECUTIVO

“El impacto de las Tic’s en el desempeño de las pymes en el Ecuador”

SECTOR SANTA ELENA

RESUMEN

“IMPACTO DE LAS TIC’S EN EL DESEMPEÑO DE LAS PYMES EN EL ECUADOR. AÑO 2010”

El acceso a las Tic’s conlleva que las pymes del sector de Santa Elena mejoren sus procesos de producción y gestión y de este modo, sean más competitivas y eficientes en esta globalización.

Los principales aspectos, desde el punto de vista de la Administración de Empresas, es identificar de los modelos de negocio y las fuentes de valor en el mundo digital, específicamente en internet.

Éste es el objetivo principal de esta tesis, realizar un análisis de los modelos de negocio para diseñar un modelo para las empresas del sector de Santa Elena utilizando las Tic’s (Enfocándose en la Web).

La estructura de la tesis está dividida en tres ejes principales (Capítulos):

El primer capítulo habla sobre un gran Marco teórico, pero no de conceptos, si no de teorías y conocimientos previos antes de analizar la información levantada.

Se colocan teorías como sobre la Competitividad, colocamos ventajas y estrategias competitivas, se habla también de las Tic’s productividad y competitividad en las PYMES. Además señalamos un Modelo micro-económico sobre la adopción de Tic’s por las PYMES y puntualizamos que diversos estudios señalan que la reciente posibilidad de comprar y pagar por medio de la Internet así como de la integración de cadenas productivas por medio de Internet, constituyen buenas oportunidades de negocios para las PYMES. También colocamos los Factores internos y externos que afectan la adopción de las Tic’s por parte de las PYMES en América del Sur, por lo tanto la decisión de una PYME para implementar mejoras en las Tic’s es el resultado de muchos factores. Estos no solo incluyen

el tradicional análisis costo-beneficio de una decisión de inversión, sino la tecnología y el nivel de preparación de consumidores y proveedores para interactuar con estas nuevas herramientas.

En el siguiente capítulo se realiza un análisis exploratorio situacional, desde Estructura Demográfica y Redes de articulación de la región, señalando datos como la creación de la provincia de Santa Elena que se constituye como tal mediante Ley de creación publicada en Registro oficial # 206 de fecha 7 de noviembre de 2007, que ocupa una superficie de 3.762.8 K. cuadrados y está dividido de la siguiente manera, el Cantón Santa Elena cuya cabecera es actualmente la capital provincial ocupa el 97% del territorio. La Provincia de Santa Elena tiene una población de 238.889 habitantes según el censo de población del año 2001. La población urbana es de 137.647 habitantes 56% mientras que la población rural asciende a 105. 242 habitantes.

Luego se habla de las PYMES en el Ecuador, donde se refleja los siguientes datos interesantes: En el país no existe una Ley o Reglamento que estipule las disposiciones fundamentales de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, la Superintendencia de Compañías tiene registradas 38,000 compañías, de las cuales el 96% se consideran PYMES de acuerdo a las investigaciones realizadas.

Finalmente se habla del Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2007-2010, donde establece los grandes lineamientos para el desarrollo sostenible y equitativo del Ecuador. Se señala la siguiente política. Política 3: Impulsar a las micro, pequeñas y medianas empresas, artesanos y empresas de economía social y solidaria y las dos principales estrategias que le interesa al sector de las PIMES, estas son las dos estrategias a seguir: **Primera:** Implementar mecanismos específicos para incrementar la participación de LAS PYMES, artesanos y empresas de economía solidaria en el Sistema Nacional de Compras Públicas. **Segunda:** Establecer líneas de crédito y productos financieros con condiciones especiales para PYMES, artesanos y empresas de economía solidaria.

En la última parte de la tesis, es decir el capítulo tres se analiza la información levanta, mediante la metodología cuantitativa y la técnica de la encuesta, el tamaño de la muestra fue de 50 casos y el alcance de la misma es en Santa Elena, donde se obtuvo los siguientes datos principales:

“Tienen computadoras todas las empresas encuestadas, aunque no todos los empleados tienen acceso a ellas, las empresas utilizan como medio de comunicación el celular, en lo que se está fallando es que solamente el 46.0% de las empresas encuestadas tienen páginas web y el 4% está en construcción. El 80.0% no realiza pedidos o reservas a través del comercio electrónico”.

Por estos resultados la recomendación principal es que se reúnan todas las empresas relacionadas, es decir las empresas de turismo, las de pesca, es decir por áreas o tipo de negocio y obtener una plataforma de e-commerce orientada a una actividad específica, que incluya tanto las herramientas de venta en Internet como gestión del negocio. Con este sistema se integraría la captura y envío automático de información entre los diferentes integrantes de la oferta a través de tecnologías. Al unirse los costos de estas implementaciones bajarían considerablemente.

Finalmente con la información obtenida en esta tesis se puede seguir con un análisis más profundo para tomar las mejores decisiones para el sector evaluado, la provincia de Santa Elena.

DESARROLLO DE LOS SIGUIENTES CAPÍTULOS:

CAPITULO 1: MARCO TEÒRICO: TICs, PRODUCTIVIDAD , COMPETITIVIDAD

CAPITULO 2: ANALISIS EXPLORATORIO SITUACIONAL.

CAPÍTULO 3: DIAGNÒSTICO, ACCESO, USO , ADOPCIÒN E IMPACTO LAS
TICs EN LA EMPRESA.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE
LOJA**

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN ACADÉMICA

**“IMPACTO DE LAS TIC’S EN EL DESEMPEÑO DE LAS
PYMES EN EL ECUADOR, CANTON SANTA ELENA
PROVINCIA SANTA ELENA. AÑO 2010”**

CAPÍTULO I

**MARCO TEÓRICO :TICs, PRODUCTIVIDAD Y
COMPETITIVIDAD**

2010 - 2011

CAPÍTULO I
MARCO TEÓRICO
TIC's PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD

1.1 Teorías sobre la Competitividad.

Escuchamos casi a diario frases como “necesitamos empresas más competitivas”, “para exportar se necesita primero ser competitivo”, La competitividad parece invadirnos a través de libros, artículos de prensa, mensajes en la radio y la televisión. La escuchamos en forma resaltada en los discursos de líderes políticos, en los eventos empresariales y en los espacios académicos. Lo cual por supuesto termina despertando el interés de los empresarios por entender de qué se trata el tema. Podemos responder ¿Qué es la competitividad empresarial?, ¿qué implica? y ¿cómo podemos mejorar la competitividad de la empresa familiar?

Competitividad, éste es el nuevo nombre del juego de los negocios, es el reto más importante que una empresa debe superar hoy si desea hablar de éxito en el futuro. Competitividad es la capacidad que tienen las empresas de aprovechar en forma efectiva sus ventajas distintivas para ser mejores que sus competidores. Hablar de competitividad, como lo enuncia Porter, es hablar de ventajas competitivas, de aquellos factores que nos hacen diferentes de los demás y que nos permitirán ganarle negocios a nuestros competidores aún cuando imiten nuestros productos o servicios. Competitividad es diferenciación, lo que hace diferente a mi empresa de las demás y cómo pueden esas diferencias ayudarme a ganar más negocios y a ser el preferido por los clientes.

La calidad se ha convertido en un requisito imprescindible para cualquier empresa que desee alcanzar el éxito. La competitividad empresarial exige, en entornos turbulentos como los actuales, una orientación prioritaria hacia la mejora continua de la calidad por su potencial de crear ventajas competitivas sostenibles a largo plazo.

Las empresas pueden utilizar distintos enfoques a la hora de gestionar la calidad. Entre los enfoques directivos de gestión de la calidad más recientes se encuentran el aseguramiento de la calidad y la gestión de la calidad total. La elección de la aplicación de un enfoque u otro es una decisión importante para la organización ya que no existe un sistema de calidad estandarizado que funcione bien aplicado en cualquier tipo de empresa y bajo cualquier contexto. Por tanto, resulta fundamental conocer los aspectos claves de cada enfoque así como las diferencias que presentan.

Cuando hablamos de Calidad, debemos entender que el concepto va más allá de las características físicas del producto o servicio que se ofrece, incluye la capacidad de la empresa para rebajar los costos, lo que la hace mucho más viable financieramente en el largo plazo y le da la capacidad de ofrecer precios más competitivos.

La teoría de la competitividad es una de las principales hipótesis que en el mundo de la economía y de los negocios de la actualidad, se estudia con ahínco en todos los países, en sus organizaciones empresariales, en sus universidades y en sus centros de investigación avanzada, en virtud de que expresa políticas públicas y privadas, estrategias e ideas sobre los presuntos programas que se deben de instrumentar, a nivel macro y micro, para que tanto los países como sus empresas incursionen exitosamente en los mercados globalizados.

La econometría es un método científico que tiene la capacidad para hacer análisis de estructura y de predicción, característica que ayuda al investigador a plantear y desarrollar con rigor técnico sus hipótesis sobre cómo deben de interrelacionarse las variables, estableciendo su corresponsabilidad, así como para diseñar escenarios futuros de comportamiento, en este caso de la competitividad de una empresa con un sustento teórico fundamentado en las matemáticas, la estadística y la probabilidad. En otras palabras, permite hacer diagnósticos sobre la competitividad actual y proporciona elementos para el diseño de planes y programas la competitividad se definirá como la capacidad que tiene una empresa para incursionar, crecer o consolidarse en el mercado¹. Dicha capacidad tiene un enfoque sistémico ya que se halla en cada uno de los departamentos o módulos en que esté constituida la empresa, mismos que en un proceso simbiótico le permiten a ésta posicionarse con su producto/servicio en el mercado temporal o permanentemente, Así es que para evaluar las posibilidades de éxito de un producto y/o servicio en una economía abierta, se propone utilizar un conjunto de variables de naturaleza cualitativa y cuantitativa: estáticas algunas de ellas, otras dinámicas, preferentemente de productividad, rentabilidad y eficiencia, etc., que permitan aproximar en mayor forma el concepto de competitividad al nivel específico deseado. Ello significa que con base en el conocimiento de la economía de la entidad y de su potencial de crecimiento estratégico, expresado sectorial y regional mente, ahora a nivel de empresa se deberá de aplicar la metodología que el proceso de investigación recomiende para determinar objetivamente su competitividad. Para ello se sugerirá medir por ejemplo, el dinamismo del mercado, la participación del producto y/o servicio en el mismo, posicionamiento en términos de calidad, precio, tecnología, diseño, marca, organización, disponibilidad de materia prima y de mano de obra, calificada y no

¹ Sánchez Barajas, "Competitividad y productividad" 1997: Pg. 45

calificada. Dentro de los métodos matemáticos aplicados a la economía y a los negocios destaca el de mínimos cuadrados, en virtud de que con él se puede hacer análisis de regresión y de correlación, tanto simple como múltiple.

Con el análisis de regresión se puede determinar la dependencia de una variable (Y) de otra variable (X), cuando es una regresión simple o, de varias variables (X,Z,Q) cuando se trata de una regresión múltiple. A la primera, Y, se le denomina variable dependiente (también llamada endógena, explicada o regresada); a la segunda, (X), se le conoce como variable independiente, explicativa, exógena o regresora. Con el análisis de correlación se cuantifica la relación, asociación o grado en que X explica a Y.

La dependencia de Y de X matemáticamente se expresa así: $Y=f(X)$ y se le llama forma funcional. El desarrollo matemático y sobre todo su aplicación en computadora en la actualidad pone a disposición del investigador muchas formas funcionales para hacer análisis de regresión y de correlación. Entre las más conocidas están la de la recta, la de la parábola, la exponencial, hipérbola, la recíproca, etc.

1.1.1 Definición de la Competitividad.

La competitividad de las empresas ha sido analizada teóricamente por Porter en el llamado "Diamante de la Competitividad" en el que cuatro determinantes interrelacionados (condiciones de los factores de producción; condiciones de la demanda; estrategia, estructura y rivalidad; sectores conexos y de apoyo) y dos elementos exógenos (gobierno y azar) determinan el potencial competitivo de una empresa.

Según mi criterio y de acuerdo a las investigaciones realizadas y experiencia en el ámbito empresarial la competitividad es la capacidad de una organización para obtener y mantener sistemáticamente unas ventajas comparativas que le permiten alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico en que actúa.

1.2 Ventajas competitivas y estrategias competitivas.

La ventaja competitiva es la capacidad que tiene la empresa para ofrecer un producto mejor o a un menor precio que los rivales, para así atraer la atención de la demanda y obtener buenos resultados.

La ventaja puede tener su origen en muy diferentes fuentes, como son recursos superiores, habilidades especiales, la posición ocupada o una combinación afectiva de varios elementos que en forma aislada no tienen nada de singular.

- Se concentra el esfuerzo en ámbitos organizativos y de procedimientos competitivos.
- Consiguen mejoras en un corto plazo y resultados visibles.
- Si existe reducción de productos defectuosos, trae como consecuencia una reducción en los costos, como resultado de un consumo menor de materias primas o sea los productos son de mejor calidad.
- Incrementa la productividad y dirige a la organización hacia la competitividad, lo cual es de vital importancia para las actuales organizaciones.
- Contribuye a la adaptación de los procesos a los avances tecnológicos.
- Permite eliminar procesos repetitivos de poco rendimiento evitando así gastos innecesarios.

1.2.1 Desventajas

- Cuando el mejoramiento se concentra en un área específica de la organización,
- se pierde la perspectiva de la interdependencia que existe entre todos los miembros de la empresa.
- Requiere de un cambio en toda la organización, ya que para obtener el éxito es necesaria la participación de todos los integrantes de la organización y a todo nivel.
- En vista de que los gerentes en la pequeña y mediana empresa son muy conservadores, el Mejoramiento Continuo se hace un proceso muy largo.
- Hay que hacer inversiones importantes.

1.2.2 La Estrategia Competitiva

La estrategia es un plan (generalmente a largo plazo) que es el resultado (planeación táctica) de una decisión ejecutiva (tomado por los más altos niveles de autoridad) cuyo objeto consiste en desarrollar total o parcialmente los recursos humanos y materiales de la empresa para desarrollarla o lograr su crecimiento total o parcial a través de:

- Una ampliación, y consolidación de su situación financiera.
- Una ampliación de su mercado potencial.
- Una ampliación de sus actuales líneas de crecimiento.

La táctica por su parte, es un esquema específico para emplearse algunos recursos en una estrategia general. Por ejemplo en el plano gerencial, el presupuesto anual o el plan anual de Inversión es un plan táctico dentro de una estrategia global a largo plazo. Sin embargo, estos medios incluyen a toda la empresa y para ello hay que atribuir responsabilidades a los diferentes niveles o subsistemas de la organización.

Competitividad está relacionada fuertemente a productividad: Para ser productivo, los tractivos turísticos, las inversiones en capital y los recursos humanos tienen que estar completamente integrados, ya que son de igual importancia.

Las acciones de refuerzo competitivo deben ser llevadas a cabo para la mejora de:

- La estructura de la industria turística.
- Las estrategias de las instituciones públicas.
- La competencia entre empresas.
- Las condiciones y los factores de la demanda.
- Los servicios de apoyo asociados.

Es de suma importancia que la alta directiva asuma un papel clave en cuanto a la redacción de cada una de las directrices de la empresa, relacionadas directamente con la calidad y el mejoramiento continuo. El diseño de la estrategia competitiva descansa en el análisis de tres partes claves, que son la industria, el mercado y el perfil del producto, para definir con qué capacidad competitiva se cuenta, cuáles son las necesidades del mercado y qué características debe reunir el producto.

La labor del presidente es dar a conocer y comunicar por escrito las debidas directrices de manera clara y precisa; y darle la correspondiente responsabilidad a cada uno de los ejecutivos con el objeto de cumplir con todas las directrices y políticas establecidas por la compañía. En ocasiones el mejoramiento de la calidad requiere de importantes modificaciones a las políticas en vigor.

Luego de que la compañía adquiera el compromiso de implantar el proceso de mejoramiento, es necesario emprender un buen sondeo general con relación a opiniones de gerentes y empleados. El principal propósito de dicho sondeo, consiste en establecer la línea de partida del proceso y poder facilitar la identificación de las oportunidades de mejoramiento.

Además, funciona como vínculo de comunicación entre empleados y gerentes; y permite que los directivos posean una mayor sensibilidad y conciencia de lo que ocurre en la empresa.

El sondeo de opinión debe realizarse cuidadosamente, tomando en consideración que éste deberá repetirse las veces que sean necesarias, para así poder detectar las tendencias. Las preguntas que conforman un sondeo deberán cubrir con los siguientes aspectos:

- Satisfacción general con la empresa.
- El puesto en sí.
- Las oportunidades de ascenso.
- El salario.
- La administración.
- Asesoramiento y evaluación.
- Productividad y calidad.
- Desarrollo profesional.
- Atención a los problemas personales.
- Prestaciones de la empresa.
- Entorno laboral.
-

Para que los resultados obtenidos del sondeo mantengan su validez, es fundamental que sean verificados correctamente, se debe tener mucho cuidado al momento de llenar las formas, al analizar los datos y al proceder a dar la información a la directiva.

Para poder ayudar a la definición de las áreas problemas, es necesario que cada gerente reciba un informe completo de las respuestas de los subordinados. Este informe debe incluir una comparación clara contra el total de la compañía y contra el total de la función de la que forme parte.

Cada gerente debe llevar a cabo una sesión de retroalimentación con los subordinados, para poder presentarles los resultados del sondeo. Estas sesiones son de suma importancia ya que:

- Los empleados poseen real interés en conocer los resultados generales y la comparación de datos de su departamento con los del resto que conforman la compañía.
- Brindan a los gerentes la oportunidad de poder examinar los aspectos más importantes para sus subordinados.
- Representan un excelente medio para la recepción de ideas y sugerencias.
- Permiten demostrar la seriedad de la dirección con respecto a los resultados obtenidos en el sondeo.
- Permiten al equipo poder desarrollar ampliamente y emprender acciones correctivas.

1.3 Las TIC's productividad y competitividad en las PYMES

Heeks (2002) señala la importancia de la adopción de las TICs para el mejoramiento de la productividad de las empresas, al resaltar el papel que la información juega en los procesos y en los resultados de cualquier gestión empresarial. Este autor señala la importancia de las TICs en el procesamiento de datos (convertir datos en información valiosa para el usuario), así como en la comunicación, como mecanismo para transferir datos desde una fuente hasta un receptor. Además, con respecto al papel de las TICs en los resultados de la gestión de una empresa, éste está asociado con el proceso de aprendizaje (la metamorfosis de la información dentro del conocimiento como parte del proceso de aprendizaje) y con la toma de decisiones (la información como un insumo para la toma de decisiones y acciones). Por ello, se argumenta que el apoyo de las TICs al aprendizaje, a la toma de decisiones y a las acciones, constituye su verdadera contribución a la mejora de la productividad y la competitividad de las empresas.

Kaushik y Singh (2003) señalan, por otra parte, que el acceso, uso y adopción de las TICs generan ganancias de índole económica no sólo para las empresas involucradas, sino también para la economía en general. Estos autores agrupan en dos este tipo de ganancias. En primer lugar, están las ganancias en eficiencia, tanto estáticas como dinámicas. Las ganancias estáticas se refieren a beneficios que se obtienen una sola vez, y se derivan de un uso más eficiente de los recursos escasos de que dispone cualquier sociedad, permitiendo con ello alcanzar mayores niveles de consumo en el presente. Las ganancias dinámicas, por su parte, provienen de un mayor crecimiento de la economía, haciendo posible contar con un mayor nivel de consumo a través del tiempo. El segundo tipo de ganancias derivadas del uso de las TICs, proviene de la reducción en la desigualdad de los ingresos de un país, al favorecer el desarrollo de nuevas y mejores oportunidades, principalmente para los más pobres.

En términos generales, se puede argumentar que si las TICs permiten economizar en el uso de los escasos recursos de que dispone una sociedad, esto implica que existirán más recursos disponibles para la inversión, la cual, de llevarse a cabo, incrementaría el crecimiento económico. Además, si las TICs facilitan un mejor acceso a más y mejor información, procurando de esta manera, un mejor nivel de educación para la actual y futura fuerza de trabajo; es decir, inversión en capital humano, estas tecnologías pueden favorecer también, de esta manera, el crecimiento de la economía (Kaushik y Singh, 2003).

Adicionalmente, las TICs pueden ayudar en facilitar los procesos de innovación por parte de las empresas, en especial para las PYMES, al permitir la simulación y prueba de nuevos

diseños de productos a muy bajo costo. Los anteriores argumentos, explican el creciente interés, de parte de muchos países, por entender el impacto que las TICs, y en especial las aplicaciones de cómputo e Internet están teniendo sobre el desempeño de sus empresas y de la economía en general.

La habilidad de las TICs para poner en contacto a compradores y vendedores en forma más eficiente (combinada con el almacenamiento y procesamiento de información), representa una manera de obtener importantes ganancias potenciales, ya que reduce los costos de búsqueda, mejora la identificación (matching) entre vendedores y compradores, e inclusive, facilita la creación de nuevos mercados. Así, por ejemplo, los agricultores de países en vías de desarrollo, se benefician del acceso y uso de las TICs al poder vender sus productos y comprar insumos en condiciones más favorables. Este ejemplo es muy relevante para los países centroamericanos, ya que la difusión de las TICs en estos países permitiría combatir lo que Ronald McKinnon (1973) definió como la fragmentación natural. Es decir, el hecho de que las unidades de producción y consumo se encuentran geográficamente muy separadas, debido a la falta de infraestructura, produciendo con ello altos costos de transporte y de transacción.

1.3.1 Modelo micro-económico sobre la adopción de TICs por las PYMES

Diversos estudios señalan que la reciente posibilidad de comprar (vender) y pagar (cobrar) por medio de la Internet así como de la integración de cadenas productivas por medio de las aplicaciones de computación e Internet desde inicios de los años 1990s, constituyen claras oportunidades para que las PYMES puedan vencer algunas de sus deficiencias tecnológicas, de entorno, organizacionales y administrativas. No obstante, se observa muy poca adopción de las aplicaciones basadas en la computación y la Internet (adopción de TICs) por parte de las PYMES, tanto en los países pobres como en los más ricos.

Al estudiarse la situación de las PYMES en varios países en vías de desarrollo, se han identificado cuatro importantes limitaciones que enfrentan estas empresas a la hora de adoptar las TICs: Falta de conciencia sobre cómo las TICs pueden ayudar a mejorar el desempeño de sus negocios; falta de recursos para invertir en hardware y software; ausencia de facilidades de capacitación o altos costos de entrenamiento del personal de la empresa; y falta de acceso a servicios técnicos fuera de la empresa. Todos estos aspectos, están presentes como parte de la realidad de las PYMES centroamericanas, sin embargo, respecto al primer punto, es necesario entender los factores más importantes que influyen en la decisión de una PYME de invertir o no en la adopción de TICs. Por ello, antes de

mostrar resultados para Centroamérica en este campo, es necesario plantear un modelo micro-económico que nos permita entender el proceso de adopción de estas tecnologías por parte de una PYME e identificar así los principales factores (internos y externos) que afectan tal decisión.

Las implicaciones costo-beneficio de hacer negocios basados en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación constituyen la piedra angular del análisis del proceso de adopción de TICs por parte de las PYMES. En general, una PYME invertirá recursos para alcanzar un nivel de adopción alto, si y solo sí, ésta prevee que tales costos serán más que compensados por los beneficios derivados de tal acción. A este respecto, cabe señalar que mientras los beneficios de la adopción de las TICs suelen no ser visibles en el muy corto plazo, los costos si son observados con mayor prontitud por parte de las empresas. Además, en términos relativos, dichos costos tienden a verse mucho más altos ante los ojos de los empresarios de las PYMES, que de los empresarios de firmas más grandes.

El grado en que una empresa esté integrada al comercio internacional, también puede afectar su decisión de participar en el comercio electrónico y en cadenas productivas integradas.

De acuerdo con Lefebvre y Lefebvre (1996) existen tanto factores externos como internos que determinan el nivel de adopción de las TICs por parte de una PYME, en donde, dentro de los factores externos se encuentran las políticas nacionales en los campos social, económico, comercial y tecnológico, además del entorno macroeconómico y del sector productivo al cual pertenece la firma. Dentro de los factores internos, destacan la parte administrativa y el personal de la empresa. Es decir, aquellos factores que afectan la productividad, la rentabilidad y la competitividad de la firma.

1.4 Factores internos y externos que afectan la adopción de las TIC´s por parte de las PYMES en América del Sur.

La decisión de una PYME para tratar de alcanzar un alto nivel de adopción de TICs es el resultado de muchos factores. Estos factores no solo incluyen el tradicional análisis costo-beneficio de una decisión de inversión, sino la complejidad de la tecnología y el grado de preparación electrónica de la red de consumidores y proveedores. Finalmente, la revisión de los factores determinantes, también indica que el tamaño de la empresa y las opiniones de su administración pueden tener un considerable impacto en su decisión por incursionar en el comercio electrónico y tener éxito ante este reto. Según investigaciones realizadas

determina que los factores que afectan la adopción de las TIC's por parte de las PYMES en América del Sur son los siguientes:

- Hay un desconocimiento profundo de las TIC y dentro de las principales barreras se encuentran las conceptuales, las económicas y las tecnológicas.
- Resulta fundamental la formación de la gerencia de las PYMES en los temas de TIC para lograr un verdadero alcance.
- A las PYMES les cuesta trabajo relacionar las TIC como un elemento estratégico.
- Existe una brecha dada por el lenguaje. Cuando los proveedores de TIC se encuentran con las PYMES, las primeras les hablan a sus potenciales clientes en términos de ERP, SCM, DB, firewall, KM y otros acrónimos y anglicismos que terminan intimidando a las PYMES.
- El consumidor ha cambiado, se ha vuelto más crítico. Las decisiones son más racionales en muchos casos y las compras emocionales se dan por proveedores mucho más conscientes del poder de las redes.

En Venezuela existe una infraestructura de telecomunicaciones que provee servicios básicos, tanto en el sector público como en el privado, y durante años el Estado ha invertido recursos a nivel de educación superior para formar una generación de profesionales calificados que atienda este sector.

No es posible decir lo mismo en lo relativo al acceso a Internet, la economía digital y “la sociedad y el gobierno en línea”. Si bien en Venezuela hay un camino recorrido en esta materia, teniendo el Estado en ello un papel determinante, es posible decir que es insuficiente la plataforma de existente (computadoras, redes y procesamiento electrónico de datos, telefonía móvil, satélite, anchura de banda para transmisión de voz y datos, y utilización de nuevos materiales como la fibra óptica) para impulsar la conexión en todos los ámbitos de la sociedad y que esto se revierta en beneficios sociales y económicos generalizados.

En cuanto a los recursos humanos en TIC, Venezuela es uno de los cinco mejores países en el mundo en producción de software de computación, base de las TIC, según los dos últimos maratones de programación realizados en Orlando (USA) y en Holanda. No obstante, los recursos humanos en esta área que se han formado hasta ahora, son insuficientes para acometer los retos planteados con la economía digital, el gobierno electrónico y la incorporación de las TIC en los ámbitos de salud, educación y ambiente, en un contexto de globalización. A esto se agrega el fenómeno de la fuga de talentos que

comienza a sentirse con fuerza en el país en diversas áreas del conocimiento, pero que cada vez más tiene un fuerte impacto en las profesiones vinculadas a las TIC.

En el ámbito del Estado, la mayoría de los organismos de la administración pública, centralizada y descentralizada, no tienen sus procesos automatizados, y mucho menos poseen sus servicios en línea, acceso a Internet y la plataforma para la comunicación entre ellos y con la sociedad, a lo que se añade la prestación deficiente y de baja calidad de los servicios al ciudadano, especialmente en salud, educación y ambiente. Aquellos organismos de la administración pública que se han incorporados a estos adelantos tecnológicos, pueden considerarse pioneros y seguramente servirán de fuerzas impulsoras y efecto de demostración al resto de los entes que forman parte del Estado.

La situación cambia de manera significativa en el sector productivo. Uno de los sectores que han incorporado rápidamente sus servicios en línea y en estos momentos aprovechan al máximo las ventajas de Internet, son los medios de comunicación social, especialmente los medios impresos. Es posible decir lo mismo con respecto a la industria en el sector de las telecomunicaciones. En cambio, no es así en otros sectores productivos, como la industria manufacturera venezolana y la agroindustria. Desde el punto de vista del tamaño de las empresas, no cabe duda que la incorporación de las TIC en las grandes empresas es mucho mayor que en las PYME.

Así, frente a las transformaciones económicas y tecnológicas a nivel mundial que han dado origen a nuevas realidades como la economía digital, basada en conocimiento e información, apoyada en las innovaciones en TIC, es necesario que Venezuela mediante políticas acertadas transforme sus debilidades en fortalezas en este ámbito, para así aprovechar las oportunidades y beneficios que brinda en función de su desarrollo.

Las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) pueden jugar un rol importante en mejorar la competitividad y la productividad de las empresas. Varios estudios indican que la difusión de las TIC ha contribuido de manera significativa al crecimiento del producto interno en países desarrollados.

Por ejemplo, en los Estados Unidos, se incrementó la productividad a partir de mediados de los años noventa, llegando a un valor de alrededor del 5% anual, esencialmente como consecuencia de la incorporación de las TIC a los procesos de las empresas. Este salto se dio después de haber crecido a un ritmo aproximado de 3% anual durante más de veinte años¹.

En América Latina, el uso de Internet por parte de las empresas ha crecido en los últimos años. El porcentaje de empresas con más de diez empleados que utilizan Internet es

bastante elevado en muchos países de la región y difiere muy poco de los niveles en países más desarrollados.

Sin embargo, el simple acceso a Internet de por sí no es un indicador suficiente para medir la incorporación efectiva de las TIC a los procesos de gestión y producción de las empresas. Y sólo esta real incorporación puede permitir un salto de calidad en la competitividad de las mismas.

En la región tal información es aún bastante escasa, sobre todo en términos de indicadores cuantitativos recolectados con regularidad y relacionados con la utilización de TIC por parte de las empresas (por ejemplo uso de negocios electrónicos, páginas web, sistemas de planificación de recursos operativos (ERP), herramientas de fabricación y diseño asistido por computador (CAM y CAD), teletrabajo, etc.). Esto también se ve en la falta de estudios analíticos para evaluar el uso de esas tecnologías y vincularlas con el desempeño de las firmas.

Esto es un primer reto para los gobiernos de la región, porque sin los sistemas de información y los instrumentos analíticos apropiados, resulta bastante difícil definir o evaluar el impacto de políticas e instrumentos adecuados a las necesidades de los beneficiarios.

Al mismo tiempo, hay que tomar en cuenta que la introducción de las TIC en las empresas no es un proceso homogéneo ni automático. En todos los países, no sólo de la región, estas tecnologías son incorporadas en primer lugar por compañías grandes. Esto se puede asociar a la magnitud de las inversiones, a las competencias específicas que deben tener sus ejecutivos y técnicos, así como a la disponibilidad de servicios especializados de asistencia técnica. Estos últimos generalmente son más escasos para las PYMES y microempresas, pero son necesarios para adecuar las tecnologías a las necesidades específicas de la empresa.

En América Latina, existe una heterogeneidad entre los agentes productivos mucho más elevada que en países desarrollados. Hay pocas empresas de alta productividad que compitan de manera eficaz en los mercados internacionales y que deban y puedan realizar frecuentes cambios en sus estructuras organizativas y productivas.

Estas empresas están en condiciones de introducir nuevas tecnologías en sus procesos dado que cuentan con los recursos humanos y financieros y con la información necesaria. Al mismo tiempo, los contextos fuertemente competitivos en los cuales esas firmas se desempeñan hacen necesaria la incorporación de nuevas tecnologías para seguir operando con éxito.

² Por Giovanni Stumpo, coordinador del componente impacto productivo. Documental.

Pero por otro lado, hay un porcentaje importante de firmas de muy baja productividad que tienen dificultades para acceder a los mercados de crédito, recursos humanos, tecnología o asistencia técnica, así como a la información. Estas compañías muy difícilmente pueden incorporar tecnologías que permitan un cambio radical en su competitividad. Esto se debe esencialmente a dos razones: la primera tiene que ver con las mayores restricciones que sufren en términos de recursos humanos, finanzas y de acceso a la información, además, en un contexto de escasez de capitales,

las empresas de menor tamaño relativo deben ser muy selectivas en sus inversiones. La segunda razón está asociada al cambio organizacional. En efecto, es importante tomar en cuenta que un aprovechamiento óptimo de estas tecnologías es posible sólo si se realizan cambios profundos en los procesos internos de las empresas y en sus relaciones con los proveedores, clientes y socios. Estos cambios son parte de un proceso que no es automático ni fácil, y los costos y tiempos de adaptación pueden ser elevados. En el caso de las empresas de menor tamaño relativo, la envergadura de las firmas representa una limitación para la utilización de sistemas informáticos y organizacionales complejos.

De los elementos internos de las empresas (como su organización, estructura, tecnología en sus procesos productivos y las capacidades de los gerentes y trabajadores), surgen por lo tanto retos que facilitan o dificultan el proceso de difusión y utilización de las TIC. Algunos estudios sugieren que la difusión de estas tecnologías estaría asociada al grado de desarrollo de las competencias endógenas de las firmas (que incluyen la capacidad de manejar la tecnología existente, de innovar y de modificar su organización o comunicación interna). Esto lleva a la necesidad de vincular las políticas orientadas a la incorporación de las TIC por parte de las empresas a políticas que favorezcan el desarrollo de competencias endógenas, como las políticas tecnológicas nacionales.

De la misma manera, es necesario identificar los requerimientos mínimos para que las TIC puedan ser incorporadas en las compañías para generar un incremento relevante de la competitividad. Estos requerimientos serán distintos según el sector y, aún más, según el tamaño de las firmas. En el caso de las PYMES y microempresas, un desafío para las instituciones públicas de fomento será definir soluciones específicas que permitan introducir las TIC y cambios organizacionales que puedan ser efectivamente incorporados por las firmas para aumentar la productividad. Los elementos mencionados implican un panorama complejo para la región. Llevan a concluir que hay varios desafíos para el diseño de políticas que favorezcan la introducción y utilización eficaz de las TIC en las empresas de la región. Por lo tanto, se trata de identificar las restricciones más relevantes según los factores de oferta que condicionan su incorporación (crédito, recursos humanos y asistencia técnica).

Estas restricciones son distintas entre los países de América Latina, como resultado de la disímil situación de sus mercados y de su capacidad institucional para intervenir con políticas de desarrollo empresarial. Sin embargo, no puede permitirse perder las oportunidades que abren las TIC para dinamizar su proceso de desarrollo y para reducir su brecha de productividad con los países más desarrollados.

1.5 EVIDENCIAS EMPÍRICAS NACIONALES Y LOCALES

En Ecuador se ha comprobado la falta de competitividad que sufre el sector productivo, incluidas las PYMES. Al realizar un benchmarking (comparación entre dos o más objetos de estudio) con otros países, se confirmó que el país se encuentra rezagado en lo referente a capacidad innovativa, valor agregado y capacitación empresarial.

Si nos regimos por los principios de la sistémica, la empresa es una unidad compleja o sistema adaptativo, el cual abarca cuatro interacciones internas básicas (subsistemas): al productor, al diseño (integral-estratégico), la comunicación y la comercialización. Estos núcleos básicos intercalan para llegar hacia un todo integral que cumple un objetivo y resuelve un problema, además esta empresa tiene un contexto y un segmento de mercado. La estrategia ayuda a resolver problemas complejos; al tener varias posibilidades se debe escoger la que se adapte al contexto, al sujeto y logre el objetivo. En Ecuador la baja competitividad puede estar dada por la crisis de identidad de las empresas que convive con un problema de cultura, de comunicación, de toma de decisiones-acciones y de capacitación. La empresa, sobre todo la Pyme, debe basarse en una estrategia global que interactúe y se retroalimente de estrategias internas, entre una de esas estrategias debería estar la marca como generadora de valor.

El sector productivo del Ecuador, especialmente la Pyme, es complejo y ha sido mirado y analizado en forma desarticulada, generándose así, bajos niveles de competitividad. Una manera de integración sistémica, que desde el 2000 se ha comenzado a implementar en el país es el concepto de Cluster, Michael Porter señala que la competitividad muy pocas veces proviene de negocios o empresas aisladas, sino más bien de clusters de negocios que compiten y actúan en campos similares, reforzándose entre sí. Porter define el cluster como un grupo de compañías e instituciones interconectadas, asociadas a un campo particular y próximo, geográficamente unidas por prácticas comunes y complementarias. El cluster incluye a los proveedores, a los canales de distribución, a los clientes, a los productores de bienes complementarios, a las organizaciones gubernamentales,

académicas y gremiales que proveen servicios de capacitación, información, investigación y apoyo técnico. Como por Ejemplo las universidades ecuatorianas también realizan un gran esfuerzo para apoyar la incorporación y uso de las TIC en la educación.

Entre los proyectos más importantes destacan los siguientes:

Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)

Innovación de la Educación Pública Primaria en la Provincia de Santa Elena (IEPSE), que busca desarrollar la creatividad y las habilidades cognitivas de los estudiantes de las escuelas primarias públicas de la península a través de la introducción de las TIC en las aulas de zonas rurales y urbanas marginales.

Red Latinoamericana de Educación (RELATED), cofinanciado por la Fundación Ford, que pretende mejorar la educación en los niveles de educación secundaria.

La difusión de las TICs es un fenómeno global y marcadamente heterogéneo. Respecto a este último aspecto, resulta bastante dificultoso encontrar evidencias empíricas. A su vez, esta heterogeneidad se acentúa si la mirada no se limita a la difusión de la infraestructura sino que se incluye el uso y las capacidades que poseen los distintos agentes para hacer uso de ellas.

Las evidencias obtenidas en el trabajo de campo, se relacionan con cuatro cuestiones, a saber:

- **Infraestructura**

La oferta de infraestructura en telecomunicaciones se percibe como muy buena en zonas urbanas y presenta algún tipo de deficiencias en zonas rurales relacionadas (oferente único, reiterados desperfectos técnicos, obstáculos derivados de las características del terreno o el clima que dificultan la extensión de las redes). Sin embargo, podría decirse que la solución de los problemas de la Brecha Digital no tiene demasiado que ver con problemas de oferta.

Por el lado de la demanda, se observa que las tarifas de los servicios resultan elevadas tanto en términos absolutos como en relación con los ingresos. En consecuencia, las TICs maduras (televisión, radio, teléfono fijo) tienen una amplia difusión efectiva, mientras que las nuevas TICs (celular, Internet) son poco usadas y están poco presentes en las actividades que desarrolla la mayoría de la población. En otras palabras, cuanto más lejos se encuentra

de los centros urbanos o más pobre es la población o más chica es la empresa, la presencia y la influencia de las TICs es menor.

- **Habilidades y capacidades**

En general, la población de las áreas estudiadas cuenta con los conocimientos básicos para capacitarse y aprovechar las TICs. Los más jóvenes son los que deben realizar menores esfuerzos en este sentido. Los mayores requieren programas de capacitación más estructurados y asistidos. Por eso, los programas diseñados para grupos específicos (madres, jubilados, líderes sociales, empleados públicos, etc) logran mayores resultados.

En materia de educación en temas vinculados con las TICs, los entrevistados coincidieron en que la oferta de formación se limita a un conjunto de instituciones Privadas localizadas en los principales centros urbanos. También destacan que la escuela primaria y, en especial, la secundaria no asumen un papel activo en este punto y su contribución a la formación de los alumnos en este tipo de herramientas es muy bajo o nulo.

Las PYMES presentan serias falencias en cuanto a la capacitación del personal respecto al uso y aprovechamiento de las TICs. Los propios empresarios de las PYMES desconocen las posibilidades de estas herramientas en materia de comunicación, reducción de costos y el potencial en temas de gestión. La difusión de software específico para la gestión empresarial es prácticamente nula. No se ha encontrado que exista una oferta de programas de formación enfocados específicamente al uso de las TICs para el desarrollo de las actividades empresariales. En muchos casos, la incorporación de las TICs a la empresa se relaciona con el recambio generacional en su dirección.

- **Contenidos**

El castellano es una de las principales lenguas de Internet. Esto hace que el idioma no sea una barrera para el acceso a los contenidos, aún en aquellos que no dominan el inglés. La oferta de material en castellano es muy amplia y con sitios importantes. Las principales falencias se encuentran en la inexistencia de contenidos de carácter local que atiendan las especificidades que presentan las comunidades o grupos de población más reducidos.

En este sentido, muchos entrevistados calificados han señalado que la elaboración de contenidos depende de las capacidades de la población local. Asimismo, esta tarea requiere de mayores recursos y constancia de lo que habitualmente se supone. Por otro lado, si bien

la oferta es amplia, existe una fuerte concentración respecto a los sitios más consultados, lo que atenta contra la diversidad de temáticas y calidad del material en temas no centrales.

Por su parte, los empresarios suelen calificar a la oferta de contenidos como amplia y variada. Sin embargo, no son pocos los que advierten que los actuales métodos de búsqueda insumen demasiado tiempo al funcionar por prueba y error. En general, los empresarios han manifestado que no han encontrado sitios donde se traten temas muy específicos que hacen a su actividad o características (ubicación geográfica, tamaño). Sólo unos pocos casos tienen página web como forma de difundir información institucional y un número más reducido aún ofertan de sus productos a través de un sitio web. Se comprueba que faltan capacidades y recursos para aprovechar este canal de comunicación.

- **Acceso funcional o aprovechamiento**

Entre las nuevas TICs, la que corresponde al teléfono celular es la de mayor difusión y aceptación. En muchos casos, resulta un sustituto del teléfono fijo gracias a los sistemas de tarjetas prepagas que evitan los costos fijos (abonos). En otros casos, la tecnología celular ha permitido suplir falencias de infraestructura.

Le sigue el correo electrónico como medio para comunicaciones de media y larga distancia, en reemplazo del teléfono y del correo postal.

En cuanto a Internet, se observa un uso más relacionado con la exploración, propio de un uso incipiente. Existe un reducido parque de PCs con conexión a Internet y solo algunos poseen acceso. Las conexiones de banda ancha o con tarifa plana no están generalizadas.

En consecuencia, las limitaciones de acceso conspiran en contra de la ampliación en su uso, ya que diluyen los incentivos y los beneficios y retrasan los procesos de difusión de estas tecnologías.

En el caso de las empresas micro y pequeñas, se observa que tanto celular como el Correo electrónico han facilitado significativamente el contacto con los clientes y el intercambio de la información para el cierre de acuerdos pero, en general, no han contribuido a generar nuevas relaciones u oportunidades de negocios.

El costo de una PC con conexión a Internet sigue siendo una inversión significativa para las empresas más chicas, mientras que el dial-up es el tipo de conexión más generalizado. Las prácticas de e-commerce son realmente excepcionales.

Los empresarios si bien tiene la percepción de las TICs asociadas con el progreso y la posibilidad de aprovechar nuevos beneficios no logran descifrar cuál es el primer paso que deben realizar para iniciar un virtuoso proceso de incorporación de estas tecnologías.

Muchas de las empresas que han realizado esfuerzos en esta dirección, dan testimonio que es mucho más complejo que la mera compra de potentes equipos. Son realmente pocos los casos los empresarios que han logrado identificar con precisión cuáles son los beneficios concretos que el uso de las TICs implica para su negocio más allá de la reducción de costos en materia de comunicaciones. En consecuencia, tras experiencias en general menos satisfactorias de los que les prometían, consideran la incorporación de las TICs como un proceso costoso y lleno de dificultades.

En conclusión puedo mencionar que se observa que las acciones enmarcadas en los múltiples programas existentes presentan un sesgo hacia la formación de consumidores de TICs. Las capacidades relacionadas con la generación de contenidos por el momento no son muy estimuladas y esto explica el severo déficit que se advierte en materia de contenidos locales. Esta falencia tiene importantes consecuencias en la incorporación de las TICs como una herramienta sustentable para el desarrollo por parte de los sectores sociales y las comunidades ya que si estas tecnologías no devienen en soluciones para los problemas concretos el entusiasmo inicial se agota y el proceso no se retroalimenta.

Por otro lado, hay una dimensión de la política pública que tampoco está siendo aprovechada y su ausencia se nota con gran fuerza en el ámbito de las micro y pequeñas empresas.

Muchos pequeños empresarios están persuadidos de que la incorporación de las TICs hace a la modernización de sus negocios y que estas tecnologías son una fuente de mejoras en materia de eficiencia. Por lo tanto, han hecho muy significativos esfuerzos por incorporar equipamiento y tener una presencia en el mundo virtual. Sin embargo, reconocen cierta desilusión y desorientación respecto a los resultados.

Se observa que si bien han aceptan este rumbo como el más conveniente no logran identificar cuál es el primer paso que deben dar para recorrer este camino, para iniciar un proceso de progreso virtuoso.

La incorporación de las TICs y su difusión en el ámbito empresario, una vez superadas la resistencia de tipo cultural, es un proceso cuya sustentabilidad temporal depende de la reinversión de las ganancias de eficiencia que estas tecnologías pueden generar. Si ese potencial no se traduce en beneficios concretos el proceso de modernización se detiene.

Por que se ha podido indagar, un amplio sector empresario no está en condiciones de encontrar por si mismo la forma de aprovechar esta fuente de potenciales beneficios. En muchos casos, por no contar con los recursos humanos adecuados, en otros, por no acompañar la inversión en equipos con los cambios organizaciones necesarios o incluso

por haber optado por tecnologías que no eran las que mejor se adaptaban a sus actividades. En tercer lugar, las políticas implementadas en los países analizados, además de tener una semejanza muy notoria entre sí que habla de la fuerte influencia de ciertos centros de formulación de políticas y la baja incorporación de la perspectiva local, en el mejor de los casos ofrecen soluciones a los obstáculos relacionados con la brecha digital temporal, es decir, ofrecen instrumentos orientados a acelerar la incorporación de sectores o personas que por sus trayectorias y capacidades posiblemente si hubiesen terminado incorporando al mundo de las TICs. Estos instrumentos buscan suplir problemas de acceso por falta de infraestructura o de capacidades técnicas específicas. En cambio, la brecha digital estructural -los que no acceden a estas tecnologías por causas relacionadas con la pobreza, falencias en materia de educación básica, alimentación, salud, ausencia de un entramado social e institucional- no parece estar siendo abordada de una manera eficaz. Posiblemente, esto se deba a que la resolución de la brecha digital requiere la resolución simultánea de otras brechas relacionadas con los ingresos, las condiciones laborales, el acceso a la educación, a la salud, a la vivienda, al agua potable, electricidad, a la infraestructura de transporte y vías de comunicación, etc.

Por último, y en relación con lo señalado en los puntos precedentes, la idea de que con la llegada de las TICs los esfuerzos tendientes a impulsar el desarrollo deben concretar casi exclusivamente en la difusión de estas tecnologías requiere de una mayor fundamentación ya que, al menos, si existen razones que justifican dejar de lado otros tipos de esfuerzos éstas no son tan evidentes. Este no es un punto menor ya que este parece ser el discurso que predomina en los foros internacionales e incentiva la adopción de ciertas estrategias de desarrollo que implican grandes recursos y que, de no ser las más adecuadas, pueden terminar incrementando aún más las distancias que separan a ricos y pobres.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE
LOJA**

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN ACADÉMICA

**“IMPACTO DE LAS TIC’S EN EL DESEMPEÑO DE LAS
PYMES EN EL ECUADOR, CANTON SANTA ELENA
PROVINCIA SANTA ELENA. AÑO 2010”**

CAPÍTULO II

ANÁLISIS EXPLORATORIO SITUACIONAL

2010 - 2011

CAPÍTULO II

ANÁLISIS EXPLORATORIO SITUACIONAL

2.1. Estructura Demográfica y Redes de articulación de la región.

La República del Ecuador es un estado de América del Sur. Limita al oeste con el océano Pacífico, al norte con Colombia y al este y al sur con el Perú; también pertenecen al Ecuador las islas Galápagos, situadas unos 1.000 km al oeste de la costa.

Provincia de Santa Elena, tiene tres cantones: Salinas, La Libertad y Santa Elena.

Tiene una población de 300.000 habitantes. Su Temperatura promedio es de 30° C a 35° C, la temperatura del mar oscila en 26°C s 27°C.

Está a 140km de la ciudad de Guayaquil, enlaza una autopista de 4 carriles. Es la parte más sobresaliente del Océano Pacífico. Tiene importantes eventos mundiales como el ATP Challenger, surf, buceo, maratones, festivales olímpicos, entre otros.



2.1.1 DATOS GEOGRÁFICOS Y LÍMITES

Superficie: 3.762,80 km².

Ubicación: Zona costera central del Ecuador

Límites:

Norte: Provincia de Manabí

Sur: Océano Pacífico y Provincia del Guayas

(Cantón Playas)

Este: Prov. de Manabí y Prov. del Guayas

Oeste: Océano Pacífico

En esta época del año nos visitan turistas nacionales y extranjeros.

La provincia de Santa Elena se constituye como tal mediante Ley de creación publicada en Registro oficial # 206 de fecha 7 de noviembre de 2007, por lo cual el gobierno nacional a través de las instituciones responsables de su estructuración considero necesario impulsar la elaboración de un plan de desarrollo provincial que facha la organización y el desarrollo de la nueva provincia. Por tanto la comisión interinstitucional creada para esta etapa de transición conjuntamente con el Ministerio del Litoral y Semplades conformó un grupo de trabajo para implementar este proceso.

La Provincia ocupa la mayor parte la Prov. Del mismo nombre, accidente geográfico mas destacado de la costa sur del océano pacifico y el mas importante del territorio ecuatoriano ocupa una superficie de 3.762.8 K. cuadrados y esta dividido de la siguiente manera, el Cantón Santa Elena cuya cabecera es actualmente la capital provincial ocupa el 97% del territorio, Se caracteriza por ser uno de los más de la republica y acoge el 47% de la población de la misma en el se desarrolla una amplia gama de la actividad productiva industrial agropecuaria pesquera artesanal turística minera etc. a lo largo de la ruta del sol (vía marginal del pacífico) se encuentran ubicados varios sitios turísticos que además del balneario de Ballenita y los baños termales de San Vicente conforman la provincial oferta turística del cantón La mayor parte de su territorio es considerado como un potencia agropecuario que aun no se desarrolla.

El cantón la Libertad ocupa el 1 % del territorio provincial constituye el principal centro de actividades comerciales y de servicio de la nueva provincia.

El cantón Salinas ocupa el 2% de la nueva provincia es reconocida por su actividad pesquera y turística. Su cabecera es el principal balneario del país y goza de un amplio reconocimiento internacional.

La Provincia de Santa Elena tiene una población de 238.889 habitantes según el censo de población del año 2001. La población urbana es de 137.647 habitantes 56% mientras que la población rural asciende a 105. 242 habitantes. (44%). Esta población a nivel cantonal está distribuida de la siguiente manera Salinas cuenta con el 20.75 %, La Libertad con el 32.50% y Santa Elena que tiene el 46.75% presenta una elevada población rural aproximadamente el 71%.

La densidad poblacional a nivel de la Provincia es de 63 habitantes por Km. Cuadrado, mientras que el nivel de cantones, Salinas tiene 718, L a Libertad 3.081, y Santa Elena 30 habitantes por Km. cuadrado.

Respecto al estado civil, el 43 % de la población está casada, el 13 % tiene unión de hecho, el 36 % es soltera, 3% son viudos y el 3 % separados. Existiendo un 2% que no ha declarado su situación. La tasa de matrimonios a nivel provincial es de 13.9 por cada mil habitantes, mientras que la tasa de divorcios es de 5.8 por cada mil habitantes.

La tasa de natalidad es de 21.3 por cada mil habitantes, mientras que la tasa de mortalidad es de 3.3 por cada mil habitantes.

En la provincia la pobreza por necesidades básicas insatisfechas alcanza el 74% de la población mientras que el 42% se encuentra en pobreza extrema. A nivel cantonal esta situación presenta disparidades en Santa Elena el nivel de la pobreza llega al 82.0 % y la extrema pobreza el 47.8 %.; en la Libertad la pobreza involucra el 72.7 % de la población y la extrema pobreza el 42.6%, mientras que la situación de Salinas comparada con los otros dos cantones es menos grave, pues el nivel de pobreza es de 67.1% y la extrema pobreza es de 34.8%.

Otro aspecto que cabe destacar es que el cantón de Santa Elena no solo registra mayores niveles de pobreza, no es el sector donde también están localizadas las comunas, que según datos de la ESPOL ascienden a 66 y se dedican en su mayoría a la pesca y la agricultura.

Las principales actividades a las que se ocupa la población son: agricultura, pesca, comercio, seguidos por la construcción, hotelería, transportes, restaurante y servicio doméstico.

Según INEC la población de Salinas se concentra en actividades como construcción, comercio y hotelería, en la Libertad la población se dedica principalmente al comercio, seguido por la industria y pesca y en Santa Elena la agricultura, pesca e industria.

En relación a la educación a nivel local en la educación primaria. Santa Elena tiene más infraestructura dentro de la provincia. Esto se explica por la mayor población existente en el cantón y por relación más cercana del alumno en esas edades, al lugar de residencia.

A nivel secundario la distribución por cantón de los locales educativos es más equitativa. El 8% de los habitantes de la provincia con promedio de quince años son completamente analfabetos, este porcentaje es, ligeramente inferior el porcentaje nacional. Las mujeres presentan los porcentajes más altos, lo que indica una debilidad y signo de inequidad en el desarrollo social.

Los habitantes de la provincia tienen un promedio de 7 años de escolaridad.

El 64% de la población de la provincia de 12 años de edad ha culminado la instrucción primaria.

A nivel de educación secundaria existe una alta deserción, pues solamente el 13 % de la población ha culminado. Existen causas como el inicio de vida familiar y la respectiva inserción a la vida laboral; siendo significativa la diferencia entre el porcentaje de asistentes a nivel primario con el nivel medio, situación que en principio se explica por la ascendencia rural y la ruptura del sistema educativo a nivel nacional con la cotidianidad.

El 10% de la población de la Provincia con más de 24 años de edad ha culminado la instrucción superior. Sin embargo, el acceso a instrucción de 4° nivel es muy bajo.

Se observa que en el cantón Santa Elena es el que muestra los porcentajes más bajos de escolaridad, culminación de primaria y secundaria.

En relación a la salud en la provincia existen insuficientes profesionales de la salud pública (un médico por cada 1.453 habitantes), ya que sus indicadores se alejan de los estándares generalmente aceptados (un médico por cada mil habitantes). Esto demuestra carencia de personal médico tanto para las labores curativas y mucho más para preventivas.

El cantón Santa Elena tiene el mayor porcentaje en su infraestructura en el área de salud, con el 51.4% en la Provincia; le sigue Salinas con el 24.8%, y en último lugar la Libertad con el 21 %.

Las patologías más atendidas tienen que ver con la población infantil, el alto índice de embarazos en la población juvenil-infecta contagiosa.

Respecto a la infraestructura básica existe una diferencia de la cobertura de servicio entre los cantones, siendo la población del cantón Santa Elena (el más poblado) la menos favorecida con el servicio, debido a que la mayor parte se encuentra en el sector rural. (76%)

La prestación del servicio de agua potable, pese a sus mejoras, todavía no alcanzan a cubrir a toda la población, sobre todo en las zonas rurales. La población servida por el sistema se queja de ciertas características del agua recibida, aunque CDG, certifica que el agua recibida por los usuarios es de buena calidad.

El 15 % de los usuarios no cuentan con micro medición, situación que no contribuye al control de perdidas, en el sistema de recaudación ni la empresa prestadora del servicios AGUAPEN.

La provincia cuenta con un servicio de alcantarillado sanitario, que se brinda solamente en las cabeceras cantonales y en porcentaje bajo (30%). Parte de las redes presentan deterioro y sus piscinas de tratamiento necesitan ser mejoradas.

Con respecto al alcantarillado pluvial, este al igual que en el caso del alcantarillado sanitario, solo se brinda en las cabeceras cantonales siendo su cobertura del 5%.

En cuanto a la electricidad la empresa eléctrica Península de Santa Elena opera un sistema microregional que abarca el territorio de dos provincias.

En la actualidad se encuentra en una etapa de mejoramiento de sus procesos internos en busca de mejorar la cobertura y la atención al público.

En la prestación del servicio de telefonía se presentan problemas, como la baja cobertura, la calidad de la misma y la deficiente atención al público.

Y por último en relación a la vivienda existe un considerable porcentaje de vivienda rural la vivienda propia tiene un alto de (73%) así como la ocupación de la misma (82%) lo que brinda la posibilidad de acceso a beneficios. El promedio de ocupantes por vivienda es superior al promedio nacional, lo cual indica que existen conducciones de hacinamiento

La red vial provincial consta de un eje provincial que se extiende por la zona sur de la provincia, el cual se alimenta de una serie de caminos vecinales que unen la zona rural con los centros urbanos más cercanos. Por su diseño, construcción e importancia económica la autopista es la vía más importante de la provincia.

La vía conocida como la “ruta del sol” se constituye en la actualidad como la segunda vía de importancia aunque su tendido a lo largo del filo costero la expone a frecuentes amenazas de la naturaleza.

El hecho de contar con una autopista de cuatro carriles ha generado mayor dinamismo a las diversas actividades económicas de la Provincia, así también la presencia de turistas de otras regiones del país es frecuente, pues conocen que se comunican a través de una vía segura y libre de obstáculos que aumenta el potencial comercial.

Las fuertes relaciones comerciales con las ciudades de provincias aledañas, así como la creciente demanda turística ha empujado a la conformación de varias cooperativas de transporte interprovincial y rural que prestan sus servicios apoyándose en la red de comunicación vial a pesar de la falta de mantenimiento que presentan sobretudo los caminos vecinales Las vías restantes hacia el interior del territorio que unen las poblaciones rurales del cantón Santa Elena son de segundo orden y se encuentran en mal estado en algunos casos sus recorridos son incompletos debido a la falta de puentes y no reciben mantenimiento periódico.

La autovía Guayaquil- Salinas y la ruta del sol forman un eje que recargan la transportación vial a la zona sur y oeste, con escasa comunicación horizontal del territorio.

Para su mejoramiento, Salinas es considerada como uno de los balnearios más importantes de Ecuador. Cuenta con una excelente estructura hotelera, centros comerciales, universidades, campos deportivos. Nuestras principales actividades económicas son la pesca, el petróleo, laboratorios de larvas de camarón, minas de sal y principalmente el turismo.

El Ecuador es considerado un país con grandes riquezas minerales y geográficas, más sin embargo existe una carencia de recursos financieros tanto de la banca formal como a nivel estatal para el desarrollo de actividades productivas que permitan generar nuevas fuentes de trabajo que brinden riqueza y bienestar a los sectores que por sus condiciones económicas no pueden acceder a un crédito. Recientemente en el país se creó la nueva provincia Santa Elena la cual tiene como centro de acopio de su industria turística de alimentos, comercio, pesca y demás, al Cantón La Libertad el cual no se encuentra debidamente atendido por la banca.

Las TIC's ofrecen mayores oportunidades en distintos ámbitos, como la educación, la salud, la participación democrática, la investigación científica, la gestión del gobierno, los derechos humanos, la equidad de género, la protección del medio ambiente, la competitividad y las actividades económicas y productivas. Las esperanzas se centran en la posibilidad de que las TIC's contribuyan a revertir dos de las principales causas de la pobreza: la falta de acceso al conocimiento y las limitaciones de la participación ciudadana en la toma de decisiones. La revolución de las TIC's hace surgir tanto esperanzas como temores.

La principal esperanza descansa en la posibilidad de que, usando de manera adecuada la tecnología de punta, el Ecuador y otros países puedan "saltar" etapas de desarrollo. El temor principal, en cambio, se refiere al posible aumento de la brecha digital que actualmente separa a las élites y los países que producen, comercializan y aprovechan la tecnología, de aquellos que carecen de ella: la mayoría pobre que habita el planeta.

El PNUD, a nivel global, ha asumido un rol importante en los esfuerzos por abrir el acceso a las TIC's para muchos países en desarrollo, asumiendo el reto de convertir la actual "brecha digital" en una "oportunidad digital". Desde 1993, el PNUD trabaja para aumentar el conocimiento sobre las TIC's, por medio de formación y capacitación de organizaciones e instituciones, apoyo en la creación de sitios Web para autoridades públicas y organizaciones de la sociedad civil, así como mediante la generación de redes temáticas globales, por ejemplo, en el área del desarrollo sostenible. Más recientemente, el PNUD y el Banco Mundial han auspiciado la iniciativa denominada Digital Opportunity Taskforce (Dot Force) y

su secretariado. La Dot Force es una operación sin precedentes entre el Grupo de los Ocho (G-8) y las organizaciones internacionales, en donde el PNUD juega un rol importante al representar los intereses de los países en desarrollo.

2.2. Características de las PYMES en el Ecuador

En el Ecuador no existe una Ley que estipule las disposiciones fundamentales de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, en estas circunstancias no existe unanimidad en la definición de PYMES; sin embargo, para este documento se ha utilizado la definición que contempla el Proyecto de Ley para las PYMES, consensuado con los actores públicos y privados, que también lo recoge el Proyecto de Estatuto para LAS PYMES preparado por la Comunidad Andina de Naciones MES

2.2.1 Número de PYMES

La Superintendencia de Compañías tiene registradas 38,000 compañías, de las cuales el 96% se consideran PYMES de acuerdo a las investigaciones realizadas.

De éstas el 56% se consideran microempresas; 30% pequeñas empresas; 10% medianas empresas y 4% grandes empresas.

Por otro lado, de acuerdo al Servicio de Rentas Internas SRI de las empresas registradas, de acuerdo al volumen de ventas, se considera que el 99% son MIPYMES, de las cuales 64% son microempresas; 30% pequeñas empresas; 5% medianas empresas y el 1% se consideran grandes empresas.

2.2.2 Ámbito jurídico

En la organización jurídica de la pequeña y mediana industria, prevalece la figura de compañía limitada y tienen un peso muy significativo aquellas empresas que operan en calidad de personas naturales. La menor proporción de empresas que se han establecido como sociedades anónimas evidencia que, en la conformación del capital de la pequeña industria, se mantiene todavía una estructura cerrada o de tipo familiar.

2.2.3 Innovación

La innovación tecnológica se distribuye en forma más o menos homogénea, destacándose rubros como mejoramiento de productos (10,2%) y procesos (8,9%), desarrollo de nuevos productos (7,3%) y de control de la calidad (8,3%) que tienen mayor relevancia. Sectorialmente se ubica en la vanguardia la industria metalmeccánica, seguida por alimentos, químicos, cuero y calzado.

2.3. Características de las PYMES en la provincia de Santa Elena

2.3.1 DEBILIDADES GENERALES DE LAS PYMES

- Baja productividad y competitividad;
- Falta de definición y continuidad en las políticas de apoyo al sector;
- Marco legal desactualizado;
- Instituciones públicas y privadas no responden a las necesidades del sector;
- Carencia de liderazgo de los sectores involucrados en su desarrollo;
- Insuficiente infraestructura para el sector;
- Insuficiente información estadística y técnica sobre el sector.

2.3.2 DEBILIDADES INTERNAS DE LAS PYMES

- Limitada gestión empresarial;
- Control de calidad y seguridad industrial deficiente;
- Insuficiente conocimiento del mercado y del mercadeo;
- Poca formación integral del recurso humano;
- Falta de liquidez;
- Falta de un sentido asociativo;
- Desconocimiento de nuevas tecnologías;
- Poco manejo de información.

2.3.3 PROPUESTA DE POLÍTICAS SUGERIDAS

Promover la asociatividad en las PYMES, a través de la generación y el fortalecimiento de las cadenas de productos, el fomento de los consorcios colectivos con objetivos comunes que fomenten la competitividad y productividad de sus asociados.

1. Fomentar la creación de nuevas empresas conforme a las potencialidades territoriales, para promover el desarrollo económico local a través de incentivos permanentes para el sector y temporales para las empresas. Incentivos tributarios y arancelarios para la producción.
2. Crear una instancia de coordinación y cooperación interinstitucional estatal con participación de los distintos sectores para las PYMES.
3. Desarrollar un sistema nacional de formación y capacitación profesional, que garantice la formación técnica inicial y el mejoramiento y perfeccionamiento continuo de las competencias profesionales existentes.

4. Desarrollar la productividad y competitividad de las PYMES existentes a través de una economía sostenible, con sus factores económico, social y ambiental.
5. Diseñar planes y programas de apoyo a las PYMES, con servicios permanentes y continuos. Esto a través de un fondo permanente para el desarrollo de las mismas.
6. Crear una marca país que fomente, a nivel nacional e internacional, el consumo de la producción nacional. Garantizando la calidad de la misma.
7. Crear el Fondo Nacional de Garantía Crediticia para las PYMES.
8. Ejecutar acciones que permitan la articulación comercial nacional e internacional.
9. Crear un ambiente favorable con estímulos e incentivos para el desarrollo de las PYMES.
10. Promover la formalización de las PYMES, desarrollando una responsabilidad social empresarial a través del fortalecimiento de la institucionalidad relacionada, esto es IESS, cámaras, organizaciones de desarrollo, para el acceso de todos los trabajadores a la seguridad social universal.
11. Mantener información actualizada de las PYMES.
12. Priorizar la participación de las PYMES, en los procesos de compras estatales.
13. Promover la implementación de la innovación tecnología con economía sostenible y facilitar el acceso a las nuevas tecnologías de información y comunicación.
14. Desarrollar y fortalecer las competencias de los gobiernos locales para el desarrollo de las PYMES.
15. Implementación de parques industriales y tecnológicos diferenciados para pequeña y mediana empresas.
16. Crear el fondo para el financiamiento de las PYMES que sea exclusivo para el sector.
17. Desarrollar los servicios empresariales para fortalecer las PYMES en una escala más nacional. Descentralizar y especializar los mismos.
18. Fomentar la cultura emprendedora para la creación de nuevas empresas.
19. Estimular la utilización de tecnologías limpias para bajar niveles de contaminación.

Las micro empresa tienen igual o incluso mayor importancia que las pequeñas y medianas empresas, hablamos entonces de una “sociedad microempresa” sin controles, asistencia gubernamental y totalmente arrinconada en un mundo en rápido proceso de cambios, y por qué no decirlo, condenadas muchas veces al estancamiento y al fracaso.

Otras causas que han conllevado a que las microempresas se hayan convertido en “sociedades microempresarias” y que los niveles de pobreza y marginalidad sean tan

elevados son: Una sociedad sin educación suficiente como para elegir representantes competentes y para hacer respetar sus derechos y cumplir sus obligaciones; falta de formación profesional administrativa de funcionarios y empleados falta de incentivos gubernamentales que apoyen las microempresas con préstamos a bajas tasas de interés y programas de educación y capacitación.

Actualmente en el Ecuador no existe una ley que regule a las PYMEs o las trate como un fenómeno sistémico. Por ello, el MICIP (Ministerio de comercio exterior, industrialización, pesca y competitividad) y la FENAPI (Federación nacional de cámaras de la pequeña industria) redactaron un proyecto de ley con el objetivo de regular y asistir a este sector de la economía ecuatoriana.

De acuerdo a la esbozada ley ecuatoriana:

Pequeña empresa es una unidad que posee un ingreso bruto anual hasta USD\$1,000,000.00; hasta 50 trabajadores y activos fijos hasta \$500,000.00.

Mediana empresa con un ingreso bruto anual desde \$1,000,001 hasta \$3,000,000.00; trabajadores de 51 hasta 150; activos fijos \$500,001 hasta \$2,500,000.

Microempresa de hasta 10 trabajadores y activos fijos \$10,000.

Considero necesario presentar un cuadro comparativo que nos permita ubicar cuales son las microempresas, las mismas que en su mayoría constituyen las microempresas.

2.3.4 MICROEMPRESAS, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

Las microempresas, pequeñas y medianas empresas se definen en función de sus ingresos anuales, total de activos fijos y número de trabajadores.

	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA	MEDIANA EMPRESA
Ingresos anuales	Hasta \$. 100.000	Hasta \$.1.000.000	Desde \$.1.000.001 hasta \$. 3.000.000
Activos fijos	Hasta \$. 10.000	Hasta \$. 500.000	Desde \$. 500.001 hasta \$. 2.500.000
No. trabajadores	Hasta 10	Hasta 50	De 51 hasta 150

2.3.5. Indicadores

La situación actual de la pequeña industria se resumen a continuación:

- Escaso nivel tecnológico
- Baja calidad de la producción, ausencia de normas y altos costos
- Falta de crédito, con altos costos y difícil acceso
- Mano de obra sin calificación
- Producción se orienta más al mercado interno
- Incipiente penetración de PYMES al mercado internacional
- Ausencia total de políticas y estrategias para el desarrollo del sector
- Son insuficientes los mecanismos de apoyo para el financiamiento, capacitación, y uso de tecnología
- El marco legal para el sector de la pequeña industria es obsoleto

2.3.6. Potencialidades

La pequeña industria ecuatoriana cuenta con un sin número de potencialidades que son poco conocidas y aprovechadas. Principalmente se refieren a:

- Son factores claves para generar riqueza y empleo
- Al dinamizar la economía, diluye los problemas y tensiones sociales, y mejorar la gobernabilidad.
- Requiere menores costos de inversión
- Es el factor clave para dinamizar la economía de regiones y provincias deprimidas
- Es el sector que mayormente utiliza insumos y materias primas nacionales
- Tiene posibilidades de obtener nichos de exportación para bienes no tradicionales generados en el sector
- El alto valor agregado de su producción contribuye al reparto mas equitativo del ingreso
 - Mantiene alta capacidad para proveer bienes y servicios a la gran industria (subcontratación)
 - Es flexible para asociarse y enfrentar exigencias del mercado

2.4. Leyes para el desarrollo de la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa del Ecuador.

2.4.1 Marco Constitucional y legal

Hay varios artículos de la Constitución de la República del Ecuador que son referentes importantes para la política pública, relacionados entre otros con el Título VI “Régimen de Desarrollo”, en los capítulos de soberanía alimentaria, sistema económico y política económica, política comercial y democratización de los factores de producción. Adicionalmente, otros se encuentran dentro del Título VII “Régimen del Buen Vivir”, que plantea “el ejercicio de derechos y el cumplimiento de objetivos del régimen de desarrollo”.¹ Una vez que se ha hecho referencia al marco constitucional e institucional de aplicación de la política industrial, se debe tomar en cuenta la urgente necesidad de contar con la normativa secundaria (leyes orgánicas u ordinarias) para poder viabilizar y articular lo que manda la Carta Fundamental en materia económica y productiva en concordancia con la política industrial. Para implementar la política industrial se deberá adaptar el marco jurídico al nuevo modelo de Estado.²

Por otro lado, es necesario contar con la promulgación de leyes adicionales de relevante importancia para un eficaz desarrollo del sector industrial, así como las reformas a otras, entre las que se destacan las siguientes:

- Ley de Empresas Públicas.
- Ley de Competencia.
- Ley de Agroindustria.
- Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad.
- Ley de Regímenes Económicos Especiales.
- Ley de Comercio Exterior e Inversiones.
- Ley Orgánica del Sistema Nacional de Compras Públicas.
- Ley de Propiedad Intelectual.
- Ley de Fomento Industrial.
- Ley de Fomento de la Pequeña Industria.
- Ley de Defensa del Artesano.
- Ley de Gestión Ambiental.

En este documento se presenta el resultado de este esfuerzo interinstitucional que comprende la problemática del sector industrial ecuatoriano, principios, estrategias transversales, y objetivos de la política industrial, así como programas y proyectos que permitan el cumplimiento de las metas de desarrollo para el sector industrial.

2.4.2 Nivel Micro

En el Ecuador la estructura productiva de la industria presenta un comportamiento altamente concentrado en sectores de escasa generación de valor y bajo contenido tecnológico, provocando que el sector manufacturero nacional, a pesar de ser generador de encadenamientos, no sea el motor del crecimiento de la economía. En este sentido, el sector alimentos y bebidas⁷ es el de mayor importancia representando en promedio el 55,9% del PIB industrial no petrolero en el año 2007.

Por otro lado, para que el sector industrial ecuatoriano logre generar mayores niveles de competitividad, es necesario que el país establezca capacidades tecnológicas locales e incremente sus flujos de transferencia tecnológica.

El esfuerzo tecnológico desarrollado por el Ecuador implicó un gasto en investigación y desarrollo de tan sólo 0,07% del PIB para el año 2005¹⁹, en comparación con la media de América Latina donde fue de 0,31%. Así también en el año 2006, el Ecuador se registró 3 patentes en Estados Unidos siendo el promedio de la región 26; y en el caso de Europa, tan solo se registró una patente (12 en promedio a nivel regional).²⁰

Un complemento importante para el país es el nivel de transferencia tecnológica con el que pueda adaptar y ampliar nuevas tecnologías necesarias para llevar adelante determinados procesos, a través del pago por licencias tecnológicas que en Ecuador fue 0,11% del PIB²¹ para el año 2006, 0,05% por debajo del promedio de la región. Para el año 2001 el monto asignado al pago por derechos de transferencia fue de 0,24%.

Es evidente que la industria ecuatoriana requiere la implementación de una política industrial que cree las condiciones necesarias para ampliar y mejorar la capacidad productiva, generar crecimiento sostenido y alcanzar un desarrollo sustentable del sector en términos competitivos, a través de la diversificación hacia nuevas actividades que incorporen mayor valor agregado, mayor nivel tecnológico y mano de obra calificada; que permitan abastecer la demanda interna de productos manufactureros, y a su vez, incrementar la participación del país en el mercado mundial.

2.4.3 ARTICULACION CON EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO

El Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2007-2010 establece los grandes lineamientos de una agenda para el efectivo desarrollo sostenible y equitativo del Ecuador. La visión de desarrollo privilegia la consecución del buen vivir, que presupone la ampliación de las libertades, oportunidades y potencialidades de los seres humanos, y el reconocimiento de unos a otros para alcanzar un porvenir compartido.

Los objetivos del PND constituyen el marco de referencia para la política industrial, las gestiones del Ministerio de Industrias articulada con otras instituciones, coadyuvarán a cumplir con los siguientes objetivos 22:

Objetivo 1. Auspiciar la igualdad, la cohesión y la integración social y territorial, a través del impulso de la economía social, generación de empleo de calidad e incentivo del desarrollo local y territorial equilibrado.

Objetivo 2. Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía, mediante el aliento de una educación de calidad, la generación de capacidades para el desarrollo humano sustentable y la promoción de la investigación científica y la innovación tecnológica.

Objetivo 3. Aumentar la esperanza y la calidad de vida de la población, a través de la promoción de entornos favorables para la salud y la vida.

Objetivo 4. Promover un ambiente sano y sustentable, y garantizar el acceso a agua, aire y suelo seguros, en función del desarrollo de una respuesta frente a los efectos del cambio climático, energías renovables sostenibles, fortalecimiento del marco institucional, legal y de la gestión ambiental, la prevención y control de la contaminación ambiental y una mejora de la eficiencia energética.

Objetivo 5. Garantizar la soberanía nacional, la paz y auspiciar la integración latinoamericana, mediante el fortalecimiento de la posición del Ecuador en la economía internacional, la generación de una alternativa pacífica que mitigue los efectos negativos del Plan Colombia y garantizar el desarrollo económico y social, la seguridad y el mantenimiento de la paz y una adecuada cooperación internacional como complemento de la inversión social, productiva y ambiental.

Objetivo 6. Garantizar el trabajo estable, justo y digno, propiciando el empleo emergente y la dinamización de la economía, la promoción de emprendimientos exitosos, fomento de la estabilidad laboral, erradicación del trabajo infantil, la inserción laboral de personas con discapacidad y la eliminación de prácticas excluyentes y discriminatorias.

Objetivo 8. Afirmar la identidad nacional y fortalecer las identidades diversas y la interculturalidad, a través del impulso del conocimiento, valoración y afirmación de las diversas identidades socioculturales y la promoción y adaptación de los procesos de investigación, valoración, control, conservación y difusión del patrimonio cultural y natural.

Objetivo 10. Garantizar el acceso a la participación pública y política, procurando el acceso a la información pública, el impulso de procesos de participación ciudadana en la gestión y planificación y procesos de innovación institucional para la gobernanza participativa y el estímulo de la organización colectiva y autónoma de la sociedad civil.

Objetivo 11. Establecer un sistema económico solidario y sostenible, fomentando actividades con gran demanda de mano de obra, fuertes encadenamientos productivos y amplia localización geográfica, la capacitación continua de la fuerza de trabajo, la producción de bienes y servicios de alto valor agregado, la generación de programas de desarrollo científico, tecnológico y de investigación aplicada, la modernización de los servicios públicos impulsores de la productividad y competitividad sistémica, la garantía de los derechos de propiedad intelectual favorables a la asimilación de tecnología y protectivos de la generación endógena de desarrollo tecnológico, el control del contrabando, la racionalización del uso de derivados importados y la sustitución de derivados costosos en la generación de electricidad, el impulso de la demanda interna de bienes y servicios producidos por las micro, pequeñas y medianas empresas mediante sistemas de compras públicas y la inversión extranjera directa (IED) selectiva, para potenciar producción y productividad de sectores estratégicos y sectores en los que se requiere innovación tecnológica para proyectos de largo plazo.

Objetivo 12. Reformar el Estado para el bienestar colectivo, a través de la estructuración de un nuevo modelo gestión estatal, que promueva el desarrollo territorial y profundice el proceso de descentralización y desconcentración, una mejora de la gestión de las empresas públicas y el fortalecimiento de los mecanismos de regulación.

La consecución de los objetivos antes mencionados contribuirá a alcanzar varias metas cualitativas y cuantitativas del PND relacionadas con el sector industrial, entre las que se destacan las del objetivo 6 y 11.

2.4.4 Política 3: Impulsar a las micro, pequeñas y medianas empresas, artesanos y empresas de economía social y solidaria.

Estrategias:

- a) Implementar mecanismos específicos para incrementar la participación de LAS PYMES, artesanos y empresas de economía solidaria en el Sistema Nacional de Compras Públicas.
- b) Establecer líneas de crédito y productos financieros con condiciones especiales para PYMES, artesanos y empresas de economía solidaria.
- c) Generar incentivos para canalizar recursos hacia inversión productiva.
- d) Articular y fomentar la asociatividad y el intercambio comercial a nivel microregional, para mejorar la inserción en el mercado internacional.
- e) Incremento de la productividad, ampliación de la oferta de productos con valor agregado y mejora de la calidad de gestión empresarial.
- f) Impulsar el emprendimiento productivo.

2.4.5 Política 4: Promover el empleo de calidad y mejorar la calificación de la mano de obra.

Estrategias:

- a) Apoyar la especialización tecnológica de profesionales, técnicos y mano de obra y la polifuncionalidad de los niveles ejecutivos y administrativos en función de la demanda del sector manufacturero.

2.4.6 Política 5: Promover la producción de bienes y servicios de calidad.

Estrategias:

- a) Incentivar la ampliación y diversificación de la oferta de productos y servicios con estándares de calidad para los mercados internos y externos.
- b) Fortalecer el Sistema de Calidad y fomentar el cumplimiento de normativas y reglamentos de calidad nacional e internacional.

2.4.7 Política 6: Incorporar, desagregar, adaptar y asimilar nuevas tecnologías en los procesos productivos.

Estrategias:

- a) Promover la innovación y transferencia tecnológica en la industria.
- b) Impulsar el uso eficiente de energías alternativas en los procesos productivos.
- c) Fomentar iniciativas de investigación y desarrollo de nuevas tecnologías de forma articulada entre el sector público, privado y las universidades.

2.4.8 Desarrollo interno, inclusión social y competitividad real.

El Estado garantiza la universalidad de los servicios públicos de educación y salud, el acceso a la vivienda, el trabajo productivo y reproductivo, el empleo digno para todas y todos, el respeto a los territorios y sociedades indígenas en aislamiento voluntario, y un ambiente sano y sostenible. También garantiza a toda la ciudadanía el acceso a activos productivos para organizar autónomamente su propio trabajo y la formación y capacitación permanente. Además, auspicia formas alternativas de organización social y económica, la consolidación de asociaciones y cooperativas, apoya el trabajo para el autoconsumo doméstico y el acceso adecuado de la ciudadanía a los bienes y servicios producidos.

La dotación de servicios públicos gratuitos y universales de educación y salud, el acceso a vivienda y la formación y capacitación permanente son medios apropiados para ampliar las capacidades de la ciudadanía. El pleno ejercicio y desarrollo de estas capacidades es posible a través de la generación de empleo productivo, del apoyo decidido y permanente

2.4.9 Diversificación productiva.

El proceso de desarrollo humano inclusivo requiere mayores niveles de valor agregado, con el fin de incrementar el ingreso generado a partir de la explotación de bienes primarios, de la producción de bienes agrícolas susceptibles de transformación en la industria agroalimentaria, de la producción de bienes intermedios y de la producción de bienes y servicios de alta tecnología, de más fácil asimilación en una economía con severos problemas de competitividad.



REPÚBLICA DEL ECUADOR
ASAMBLEA NACIONAL

MEMORANDO No. PAN-FC-2010- 055

PARA: DR. FRANCISCO VERGARA O.
Secretario General

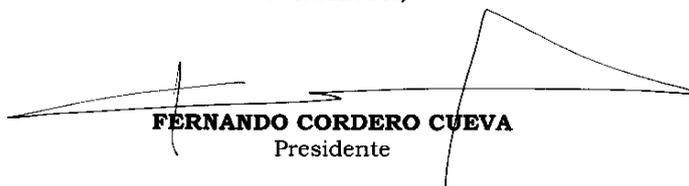
DE: FERNANDO CORDERO CUEVA
Presidente

ASUNTO: Proyecto de Ley de Creación, Promoción y Fomento de
Micro, Pequeñas y Medianas Empresas

FECHA: 08 MAR 2010

Señor Secretario, según lo dispuesto en el Art. 55 de la Ley Orgánica de la Función Legislativa, entrego el proyecto de **Ley de Creación, Promoción y Fomento de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas**, remitido por el Asambleísta Leonardo Octavio Viteri Velasco, mediante Oficio No. 00290-010, de 1 de marzo de 2010; para que sea difundido a las/los asambleístas y a la ciudadanía, a través del portal Web; y, sea remitido al Consejo de Administración Legislativa (CAL), para el trámite correspondiente.

Atentamente,



FERNANDO CORDERO CUEVA
Presidente

Tr. 24094

 **ASAMBLEA NACIONAL**
SECRETARIA GENERAL

FECHA: 08/03/10 HORA: 10:40

FIRMA: [Firma]

Como observamos recién en el mes de marzo se presentó un proyecto de Ley de promoción y apoyo a las PYMES.



REPÚBLICA DEL ECUADOR
ASAMBLEA NACIONAL

Quito, 1 de marzo de 2010
Oficio No. 00290-010

Arquitecto
Fernando Cordero Cueva
PRESIDENTE DE LA ASAMBLEA NACIONAL
Presente.-



Señor Presidente:

Anexa 12 Fojos

De conformidad a lo establecido en los artículos 134, numeral 1 y 136 de la Constitución de la República, en concordancia con lo dispuesto en los artículos 54, numeral 1 y 55 de la Ley Orgánica de la Función Legislativa, me permito presentar el **PROYECTO DE LEY DE CREACIÓN, PROMOCIÓN Y FOMENTO DE MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS**, a efecto que se sirva darle el trámite constitucional y legal correspondiente.

Atentamente,

[Firma]
Dr. Leonardo Octavio Viteri Velasco
ASAMBLEÍSTA POR MANABÍ



LOVV/pasp

1



REPÚBLICA DEL ECUADOR
ASAMBLEA NACIONAL

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La Constitución de la República establece como derechos y garantías de las personas, la libertad de empresa y la libertad de trabajo. De igual forma es obligación del Estado propender a eliminar la desocupación y la subocupación, para ello es necesario fomentar la creación de empresas incentivando a la inversión nacional y extranjera. Con ello el aumento de la productividad en el sector empresarial que redundará en un sistema de economía social que garantice, promueva y fomente confianza, y a su vez evite la dispersión humana con el éxodo de ecuatorianos al exterior por falta de estas garantías.

El Proyecto que pongo a consideración justamente busca regular la creación, promoción y fomento de microempresas, de pequeñas y medianas empresas PYMES, como una respuesta que debe dar la Asamblea Nacional para facilitar la creación de estas empresas que tienen por objetivo desarrollar la producción local y a su vez la generación de mano de obra, con ello se busca el pleno empleo de ecuatorianos que están actualmente en la desocupación.

La propuesta busca igualmente regular lo referente a las Cámaras de Microempresas y de Pequeñas y Medianas Empresas en un amplio escenario legal que posibilite que la creación de éstas se ajusten a los objetivos de éste proyecto, como son la creación de Empresas en cualquiera de sus formas y un ordenamiento jurídico que garantice la libertad empresarial y el derecho al trabajo.

Como parte importante del Proyecto se crea el Consejo Superior de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas como un organismo regulador de las políticas que vayan en beneficio de éstas, de igual forma se crea el fondo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas que se administrarán a través de un fideicomiso.

Se deroga la Ley de Fomento a la Pequeña Industria y sus reformas, en razón de que las mismas son obsoletas y no guardan conformidad con las nuevas prerrogativas empresariales y la normativa legal vigente.

LOVV/pasp





REPÚBLICA DEL ECUADOR
ASAMBLEA NACIONAL

CONSIDERANDO

- Que,** el artículo 66 numeral 15 de la Constitución de la República garantiza el derecho a desarrollar actividades económicas en forma individual o colectiva, conforme los principios de solidaridad responsabilidad social y ambiental;
- Que,** el artículo 276 de la Carta Fundamental del Estado prescribe como objetivo del Régimen de desarrollo, "construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable;
- Que,** la Ley Suprema dispone en el artículo 277 numeral 5, como deber del Estado impulsar el desarrollo de las actividades económicas, mediante un orden jurídico e instituciones políticas que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la Constitución y la ley;
- Que,** La Constitución de la República, en su artículo 283 dice que "el sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende una relación dinámica y equilibrada entre sociedad. Estado y Mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria....";
- Que,** son objetivos de la política económica conforme los señalan los numerales 6 y 7 del artículo 284 de la Carta Fundamental, impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales; y, mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo;
- Que,** la Ley de Fomento a la Pequeña Industria se encuentra obsoleta y se hace necesaria una visión más ajustada a la realidad actual que demandan las actividades de la micro, pequeña y mediana empresa para el desarrollo empresarial y para el fomento de empleo; y,

En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente:

**LEY DE CREACIÓN, PROMOCIÓN Y FOMENTO DE MICRO, PEQUEÑAS
Y MEDIANAS EMPRESAS**

CAPITULO I
Del objeto de la ley y definiciones

Art. 1.- Objeto.- La presente Ley tiene por objeto:

LOVV/pasp





REPÚBLICA DEL ECUADOR
ASAMBLEA NACIONAL

1. *Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los ecuatorianos;*
2. *Estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, MIPYMES;*
3. *Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas;*
4. *Promover factores favorables para las micro, pequeñas y medianas empresas, facilitando el acceso a mercados de bienes y servicios, tanto para la adquisición de materias primas, insumos, bienes de capital, y equipos, como para la realización de sus productos y servicios a nivel nacional e internacional, la formación de capital humano, la asistencia para el desarrollo tecnológico y el acceso a los mercados financieros institucionales;*
5. *Promover la permanente formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas favorables al desarrollo y a la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas;*
6. *Señalar criterios que orienten la acción del Estado y fortalezcan la coordinación entre sus organismos; así como entre estos y el sector privado, en la promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas;*
7. *Coadyuvar en el desarrollo de las organizaciones empresariales, en la generación de esquemas de asociatividad empresarial y en alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas;*
8. *Apoyar a los micro, pequeños y medianos productores asentados en áreas indígenas, campesina, y afroecuatorianas estimulando la creación y fortalecimiento de MIPYMES rurales;*
9. *Asegurar la eficacia del derecho a la libre y leal competencia para las MIPYMES; y,*
10. *Crear las bases de un sistema de incentivos a la capitalización de las micro, pequeñas y medianas empresas.*

LOVV/pasp





REPÚBLICA DEL ECUADOR
ASAMBLEA NACIONAL

Art. 2.- Definiciones.- Para todos los efectos, se entiende por micro, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, mineras, turísticas, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda a los siguientes parámetros:

- I. Mediana empresa:
 - a) Planta de personal entre treinta y uno (31) y cien (100) trabajadores; y,
 - b) Activos totales por valor entre cuatro mil uno (4.001) a treinta mil (30.000) salarios básicos unificados mensuales.
- II. Pequeña empresa:
 - a) Planta de personal entre once (11) y treinta (30) trabajadores; y,
 - b) Activos totales por valor entre doscientos uno (201) y menos de cuatro mil (4.000) salarios básicos unificados mensuales.
- III. Microempresa:
 - a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores; y,
 - b) Activos totales por valor inferior a doscientos (200) salarios básicos unificados mensuales.

CAPÍTULO II
Marco Institucional

Art. 3.- Del Consejo Superior de Micro, Pequeña y Mediana Empresa.- El Consejo Superior de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, adscrito al Ministerio de Industrias y Competitividad, estará integrado por:

1. El Ministro de Industrias y Competitividad, quien lo presidirá, o su delegado;
2. El Ministro de Economía y Finanzas o su delegado;
3. El Ministro de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca o su delegado;
4. El Ministro de Turismo o su delegado;
5. El Ministro de Recursos Naturales No Renovables su delegado;
6. El Ministro de Relaciones Laborales o su delegado; y
7. El Secretario de la SENPLADES, o su delegado.

Participarán con derecho a voz los Presidentes de las Federaciones de Cámaras de Industrias, Comercio, Pequeña Industria, Microempresa y Artesanos.

LOVV/pasp





REPÚBLICA DEL ECUADOR
ASAMBLEA NACIONAL

Art. 4.- Funciones del Consejo Superior de Micro, Pequeña y Mediana Empresa.- El Consejo Superior de Micro, Pequeña y Mediana Empresa, tendrá las siguientes funciones:

- a) Contribuir a la definición, formulación y ejecución de políticas públicas generales, transversales, sectoriales y regionales de promoción empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas, - MIPYMES;
- b) Analizar el entorno económico, político y social; su impacto sobre las MIPYMES y sobre la capacidad de estas para dinamizar la competencia en los mercados de bienes y servicios;
- c) Contribuir a la definición, formulación y ejecución de programas de promoción de las MIPYMES, con énfasis en los referidos al acceso a los mercados de bienes y servicios, formación de capital humano, modernización y desarrollo tecnológico y mayor acceso a los mercados financieros institucionales;
- d) Contribuir a la coordinación de los diferentes programas de promoción de las MIPYMES que se realicen dentro del marco de los planes de desarrollo y las políticas de gobierno;
- e) Proponer políticas y mecanismos de fortalecimiento de la competencia en los mercados;
- f) Propender por la evaluación periódica de las políticas y programas públicos de promoción de las MIPYMES, mediante indicadores de impacto y proponer los correctivos necesarios;
- g) Fomentar la conformación y operación de Consejos Regionales de Micro, Pequeña y Mediana Empresa, así como la formulación de políticas regionales de desarrollo para dichas empresas;
- h) Fomentar la conformación y operación de Consejos Provinciales para el Desarrollo Productivo, así como la formulación de políticas de desarrollo de las MIPYMES, en pro de la competitividad y estimulando cadenas de valor a niveles subregional y sectorial dentro del marco del Plan Nacional de Desarrollo;
- i) Propiciar, en coordinación con el Consejo Superior para la microempresa, la conformación de Consejos Regionales para el fomento de las micro, pequeñas y medianas empresas y para la promoción de proyectos e inversiones empresariales;
- j) Procurar la activa cooperación entre los sectores público y privado, en la ejecución de los programas de promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas;

LOVV/pasp





REPÚBLICA DEL ECUADOR
ASAMBLEA NACIONAL

- k) *Estimular el desarrollo de las organizaciones empresariales, la asociatividad y las alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a este sector;*
- l) *Promover la concertación, con los Gobiernos Seccionales autónomos y dependientes, de planes integrales de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa; y,*
- m) *Las demás compatibles con su naturaleza, establecidas por la ley o mediante Decreto Ejecutivo.*

Art. 5.- Objetivos del Consejo Superior de MIPYMES.- Son objetivos del Consejo Superior de MIPYMES, los siguientes:

1. *Propiciar la investigación de mercados y planes de exportación sectoriales y regionales;*
2. *Promover la creación de sistemas de financiación y acceso a capitales;*
3. *La gestión tecnológica y del conocimiento de las MIPYMES;*
4. *Propiciar el acompañamiento y asesoría de las MIPYMES;*
5. *Establecer programas emprendedores y espíritu empresarial regional;*
6. *Propiciar el desarrollo de programas y recursos de negocios;*
7. *Podrá recomendar proyectos presentados al Fonmipyme y el CONESUP; y,*
8. *Fomentar la conformación de micro, pequeñas y medianas empresas.*

Art. 6.- Programas educativos para MIPYMES y de creación de empresas.- El CONESUP, las universidades e institutos técnicos y tecnológicos, sin perjuicio de su régimen de autonomía, considerarán lo dispuesto en la presente Ley a efecto de establecer especializaciones, diplomados, programas de educación no formal, programas de extensión y cátedras especiales para las MIPYMES y a promover la iniciativa empresarial.

Art. 7.- Desarrollo de políticas hacia las MIPYMES.- El Consejo Superior de MIPYMES, recomendará las políticas hacia las micro, pequeñas y medianas empresas a ser puestas en ejecución por el Gobierno Nacional, de conformidad con lo que se establezca en el respectivo Plan de Inversiones en cada ejercicio fiscal.

LOVV/pasp



2.5. Organismos de apoyos locales

▪ **Fundación LANN-NOBIS COMPETITIVIDAD COMERCIAL.**

El objetivo general del proyecto es crear nuevas oportunidades de mercado y aumentar la competitividad de las micro y pequeñas empresas (MPE) en la provincia del Guayas. El propósito es desarrollar una estrategia y modelo de fomento de la micro región del cordón costero de Guayas para mejorar la productividad de las MPE en los sectores pesquero, turístico y artesanal con base en asociatividad empresarial y un manejo sustentable de los recursos naturales.

Organismos de cooperación internacional, del Ministerio de Relaciones Exteriores,

▪ **Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones – CORPEI.**

Es una Institución privada sin fines de lucro, creada con el fin de contribuir al crecimiento económico del país, por medio del diseño y la ejecución de la promoción no financiera de las exportaciones e inversiones; liderando y coordinando la acción de los sectores público y privado.

Sus principales servicios son:

- Promoción de Exportaciones
- Departamento de Ferias y Misiones Comerciales
- Red Comercial Externa
- Centro de Información Comercial
- Programa de Fondos Compartidos (enunciado anteriormente)
- Programa de Apoyo a las Exportaciones – PAPE Canje de cupones.
- Certificados de aportación CORPEI.

▪ **Corporación Financiera nacional.**

Es una institución financiera pública de Ecuador. Su sede principal se encuentra en la Torre CFN de la ciudad de Quito D.M

La CFN se ha convertido en un aporte al desarrollo de las actividades de algunas instituciones que, por su condición, no pueden fondearse directamente; es, además, una alternativa de acceso a recursos de más largo plazo. Actualmente, las entidades financieras consiguen fuentes de fondeo externas en el mejor de los casos y en la mayoría de las veces de no más de tres años —dado el riesgo país—, mientras que la CFN pone a su disposición líneas de crédito de seis, ocho y hasta diez años de plazo.

De hecho, según estadísticas de la institución, el crédito de la CFN se colocaría a cinco años promedio.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE
LOJA**

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN ACADÉMICA

**“IMPACTO DE LAS TIC’S EN EL DESEMPEÑO DE LAS
PYMES EN EL ECUADOR, CANTÓN SANTA ELENA
PROVINCIA SANTA ELENA. AÑO 2010”**

CAPÍTULO III

**DIAGNÒSTICO, ACCESO, USO, ADOPCIÓN E IMPACTO
DE LAS TICs EN LA EMPRESA.**

2010 - 2011

CAPITULO 3

3.1. METODOLOGIA UTILIZADA

La Metodología utilizada fue la Cuantitativa, mediante la técnica de encuestas personales cara a cara, mediante cuestionario estructurado, para el estudio se seleccionó una muestra de 50 casos.

3.1.1. Encuesta

El método de la encuesta para obtener información se basa en un interrogatorio a encuestados, en el que se hace una variedad de preguntas en cuanto a conducta, actitudes, conocimiento, intenciones, características demográficas, entre otras.

Las preguntas casi siempre por lo general son estructuradas, al utilizar este método tiene varias ventajas:

Primero el cuestionario es muy fácil de realizar y aplicar.

Segundo, los datos obtenidos son confiables porque las repuestas son limitadas a las alternativas establecidas.

3.1.2. ALCANCE DEL ESTUDIO

El estudio se realizará exclusivamente en la provincia de Santa Elena.

3.2. INFORMACION GENERAL DE LA PYME EN EL SECTOR (.ANALISIS:)

Este estudio es netamente Cuantitativo que consiste en encuestas cara a cara.

A continuación se detalla los resultados obtenidos:

3.2.1.

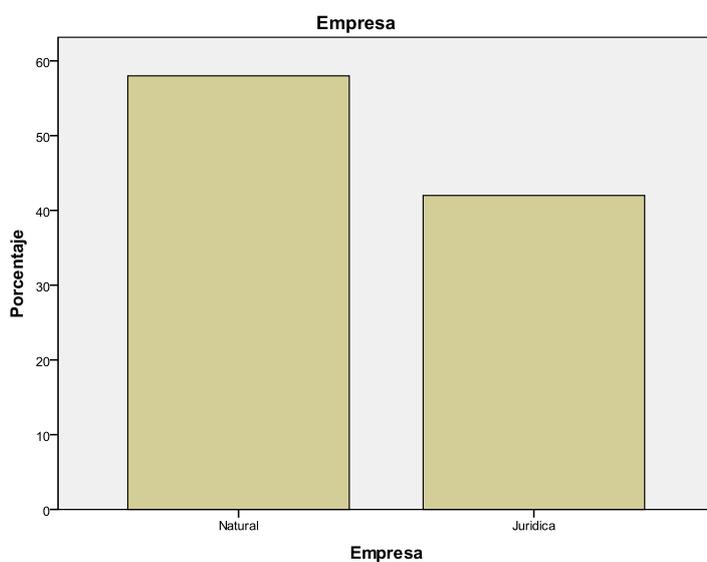
TIPO DE EMPRESA

TABLA 3.1

		Empresa			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Natural	29	58,0	58,0	58,0
	Jurídica	21	42,0	42,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

FIGURA 3.1

TIPO DE EMPRESA



Base = 50

Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

El 58% de las empresas encuestadas son Naturales y el 42% restante son Jurídicas.

TABLA 3.2

3.2.2

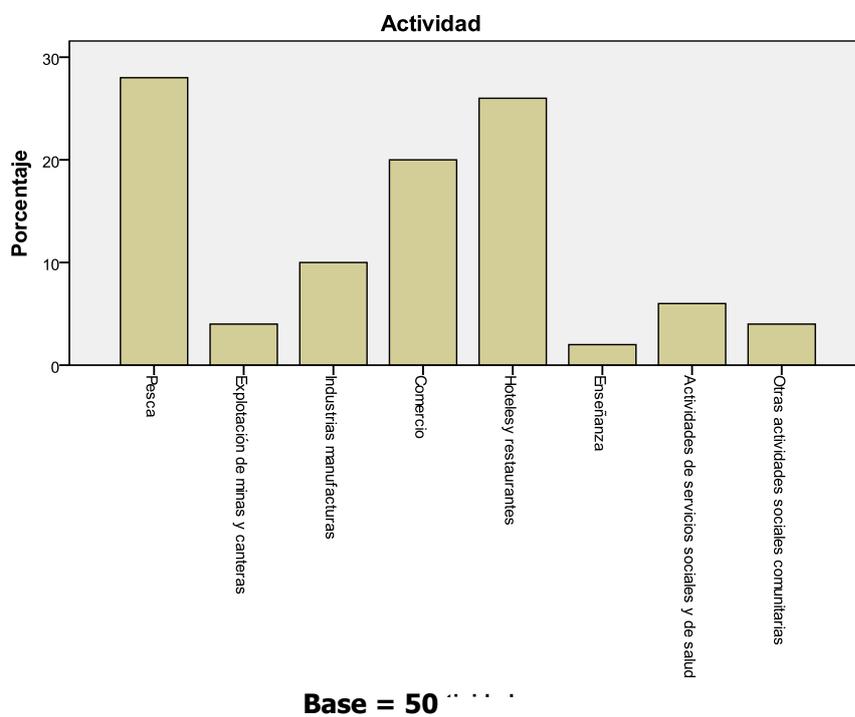
ACTIVIDAD ECONOMICA DE LA EMPRESA

Actividad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Pesca	14	28,0	28,0	28,0
Explotación de minas y canteras	2	4,0	4,0	32,0
Industrias manufactureras	5	10,0	10,0	42,0
Comercio	10	20,0	20,0	62,0
Hoteles y restaurantes	13	26,0	26,0	88,0
Enseñanza	1	2,0	2,0	90,0
Actividades de servicios sociales y de salud	3	6,0	6,0	96,0
Otras actividades sociales comunitarias	2	4,0	4,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

FIGURA 3.2

ACTIVIDAD ECONOMICA DE LA EMPRESA



Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

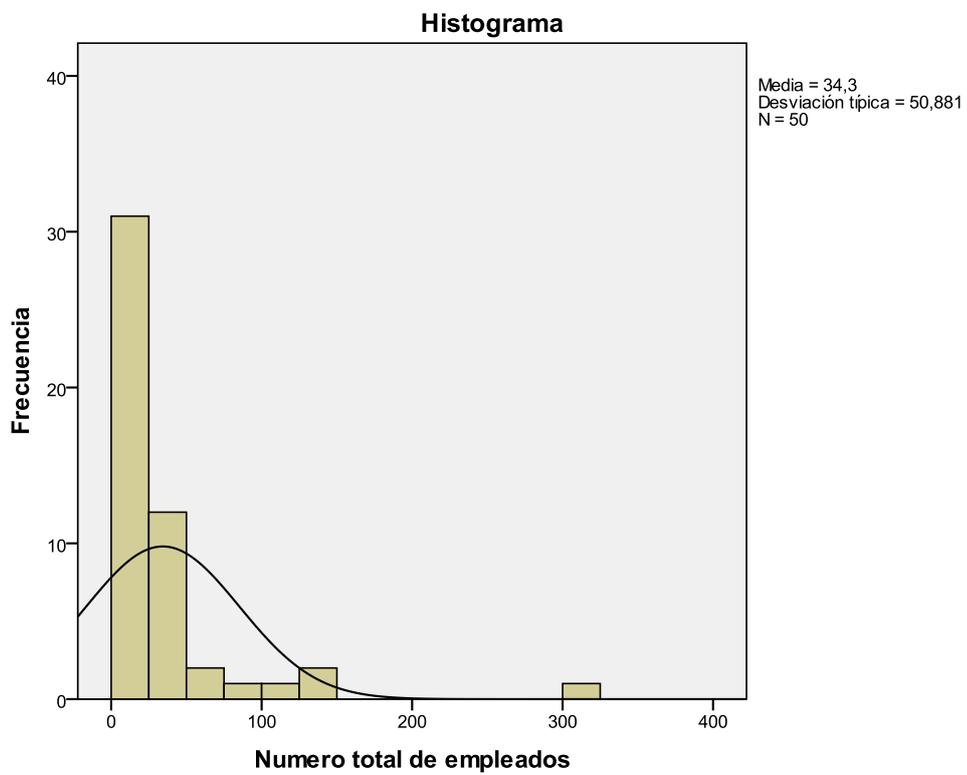
El 28.0% de las empresas encuestadas se dedican a la pesca, el 26.0% a Hoteles y Restaurantes, 20.0% al comercio, el resto a otras actividades.

Estos porcentajes nos indica que la mayoría de la actividad de esta zona es netamente pesquera.

FIGURA 3.3

3.2.3

NUMERO DE EMPLEADOS



Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

La empresa que tenía menos empleado es de 10 trabajadores y la máxima de 320.

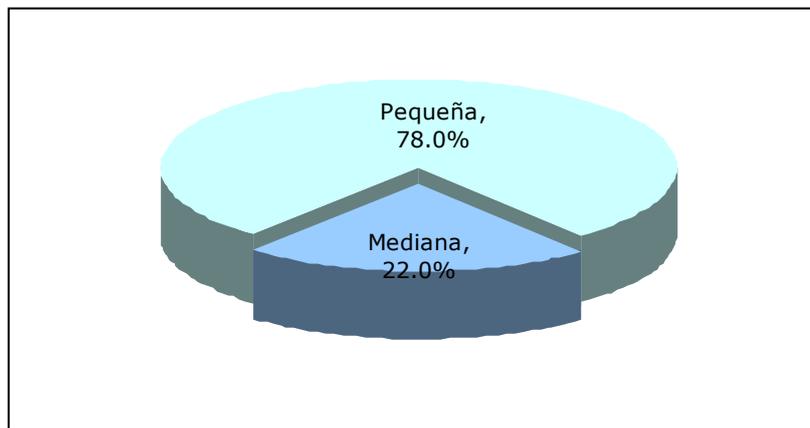
TABLA 3.3

3.2.4 CATEGORIA DE LA EMPRESA

Categoría

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
	a	e	válido	acumulado
Válidos Pequeña	39	78,0	78,0	78,0
Mediana	11	22,0	22,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

**FIGURA 3.4
CATEGORIA DE LA EMPRESA**



Base = 50

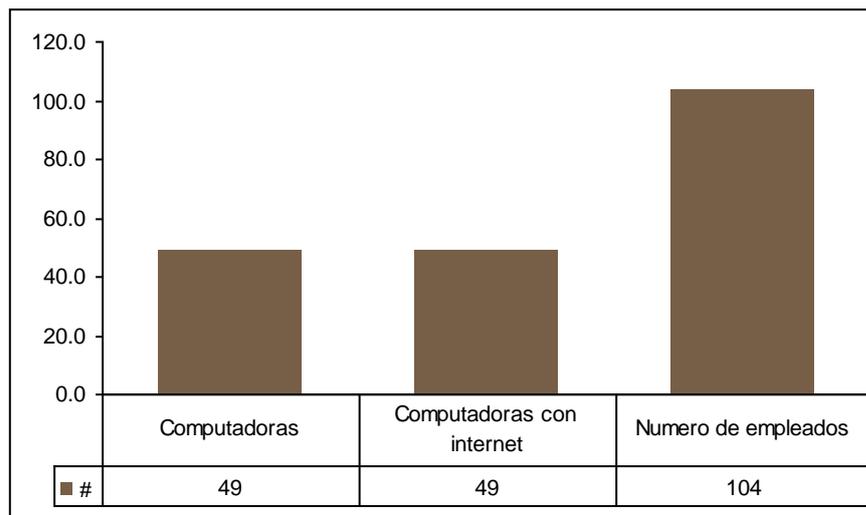
Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

La mayoría de las empresas están calificadas como pequeñas (78.0%), el resto son consideradas como medianas (22.0%).

3.3 ACCESO Y USO DE TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION Y COMUNICACIÓN

FIGURA 3.5

3.3.1 COMPUTADORAS QUE DISPONE LA EMPRESA (ADMINISTRACION) “PESCA”

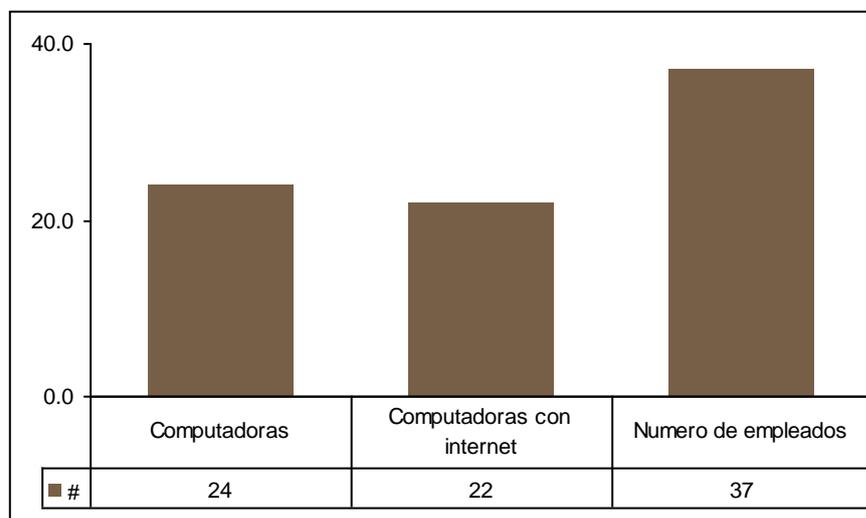


Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador.

Todas las computadoras que se encuentran en el área administrativa de las empresas pesqueras tienen internet, pero existen 55 empleados administrativos de este sector que no tienen computadoras.

FIGURA 3.6

**3.3.2 COMPUTADORAS QUE DISPONE LA EMPRESA (ADMINISTRACION)
“COMERCIO”**



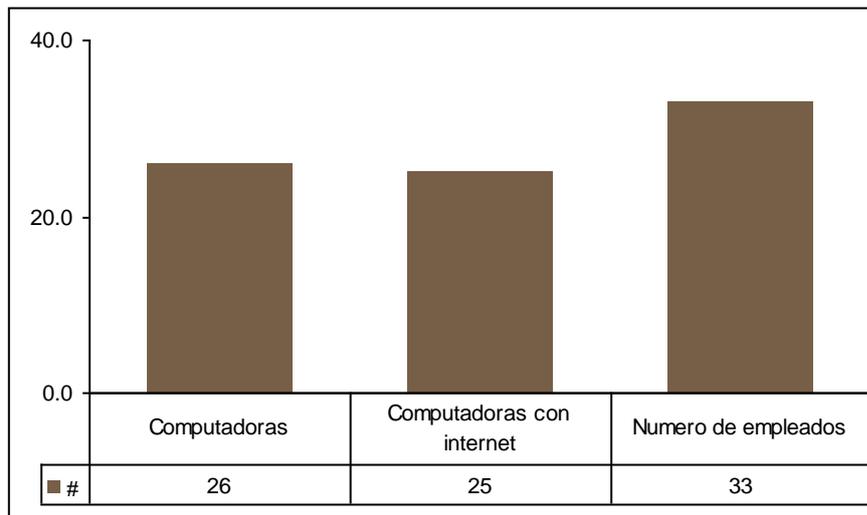
Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

Dos computadoras que se encuentran en el área administrativa de las empresas de comercio entrevistadas no tienen internet, existen 13 empleados administrativos de este sector que no tienen computadoras.

FIGURA 3.7

3.3.3 COMPUTADORAS QUE DISPONE LA EMPRESA (ADMINISTRACION)

“HOTELES Y RESTAURANTES”

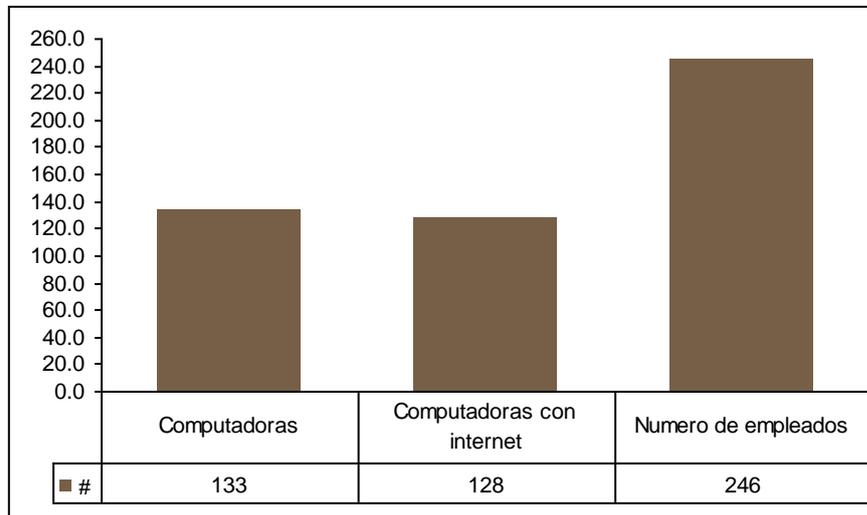


Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

Una computadora que se encuentran en el área administrativa de las empresas de Hoteles y Restaurantes no tiene internet, existen 7 empleados administrativos de este sector que no tienen computadoras.

FIGURA 3.8

**3.3.4 COMPUTADORAS QUE DISPONE LA EMPRESA (ADMINISTRACION)
“TODOS LOS SECTORES”**



Fuente: Estudio Impacto de las TIC’s en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

En definitiva existen 5 computadoras que se encuentran en el área administrativa de las empresas entrevistadas que no tienen internet, existen 103 empleados administrativos de este sector que no tienen computadoras, es decir que existe un gran número de empleados de la área de administración que no tienen acceso a las computadoras.

FIGURA 3.9

3.3.5 APLICACIONES INFORMATICAS INSTALADA EN LOS COMPUTADORES



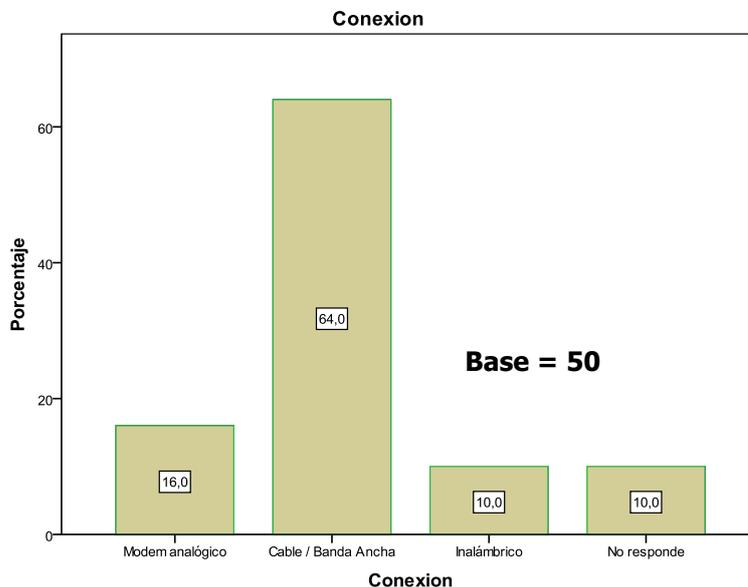
Base = 50

Fuente: Estudio Impacto de las TIC’s en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

La mayoría de los computadores tienen Ofimática (Herramientas informáticas que se utilizan en funciones de oficina)

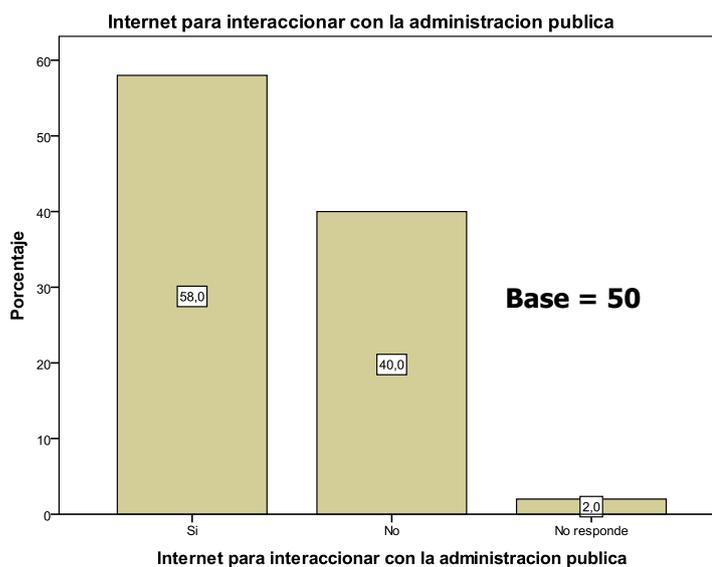
3.3.6

FIGURA 3.10
TIPO DE CONEXIÓN DE LA EMPRESA



Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador
La mayoría de las empresas tienen conexión de Banda Ancha (64.0%).

FIGURA 3.11
3.3.7 INTERNET PARA INTERACCIONAR CON LA ADMINISTRACION PÚBLICA



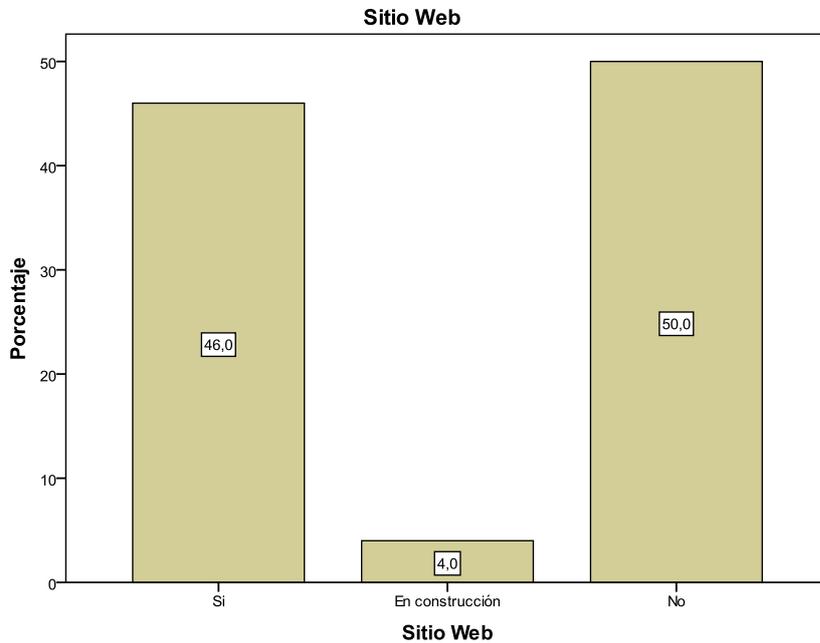
Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

Solamente el 58% de las empresas encuestadas interactúan con la administración pública por medio del internet.

FIGURA 3.12

3.3.8

LA EMPRESA POSEE SITIO WEB



Base = 50

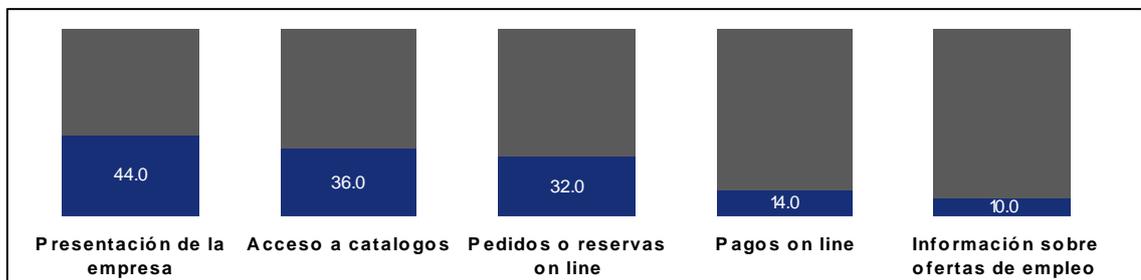
Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

Solamente el 46.0% de las empresas encuestadas tienen páginas web y el 4% está en construcción.

FIGURA 3.13

3.3.9

SERVICIOS DISPONIBLES EN PÁGINA WEB



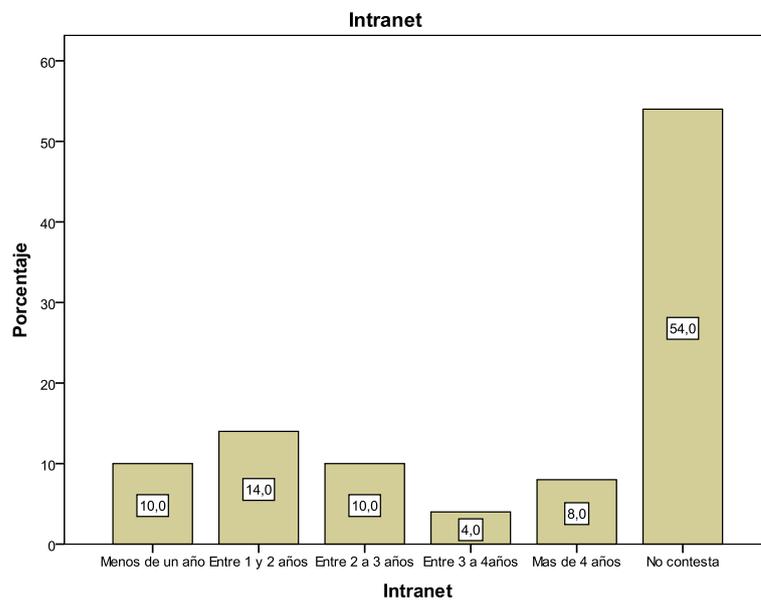
Base = 50

Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

El 44.0% del total de las empresas encuestadas tienen pagina web para mostrar la presentación de la misma.

FIGURA 3.14

3.3.10 TIEMPO QUE LLEVA USANDO LA INTRANET



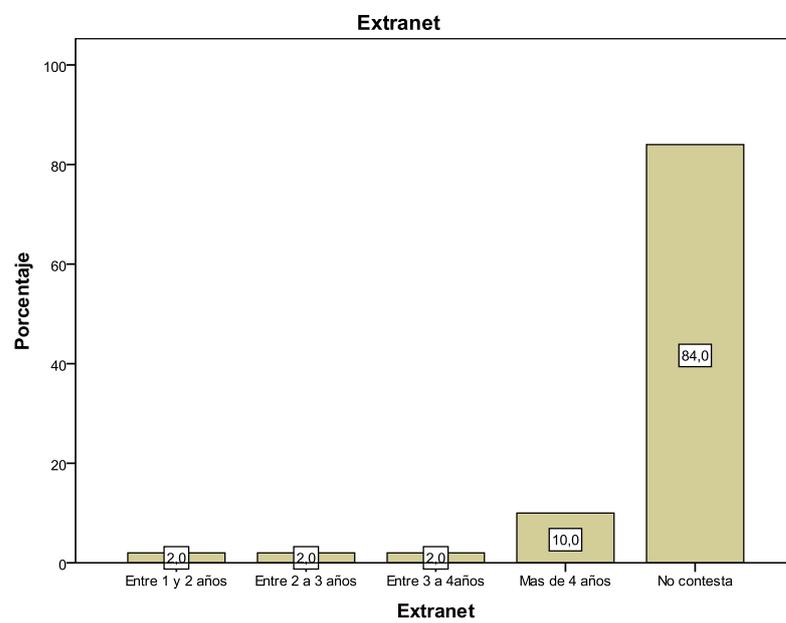
Base = 50

Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador
El 46.0% del total de las empresas encuestadas comentaron que tienen intranet. Estas son relativamente nuevas.

FIGURA 3.15

3.3.11

TIEMPO QUE LLEVA USANDO LA EXTRANET



Base = 50

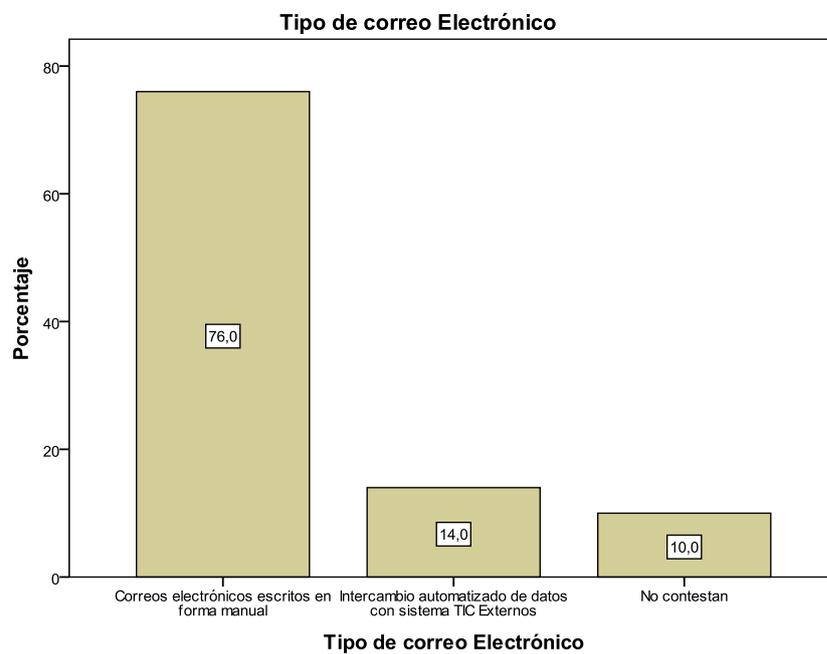
Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

El 16.0% del total de las empresas encuestadas comentaron que tienen Extranet. La mayoría de ellas son relativamente nuevas.

FIGURA 3.16

3.3.12

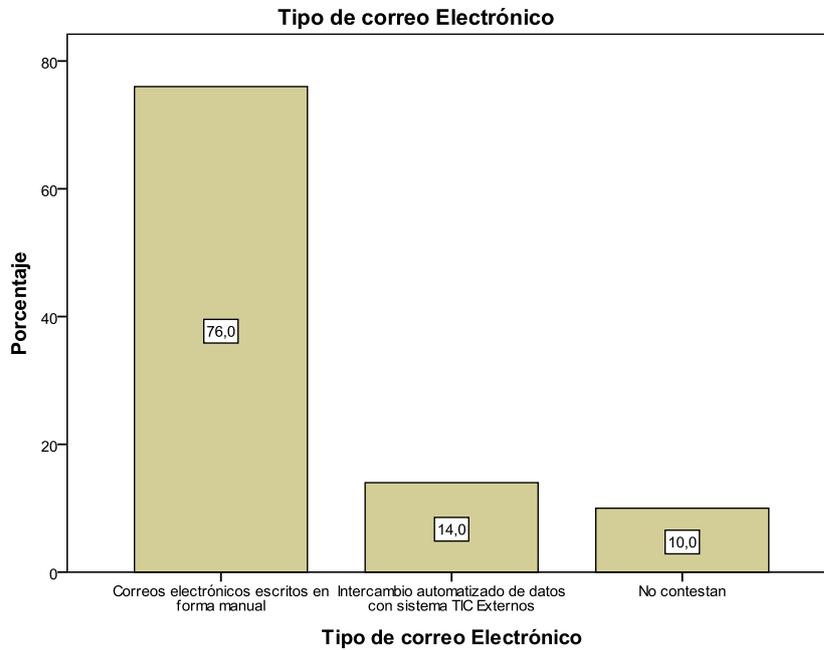
TIPO DE CORREO ELECTRONICO



Base = 50

Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador
El 76.0% del total de las empresas encuestadas comentaron que el tipo de correo que tienen es el de forma manual.

FIGURA 3.17
TIPO DE CORREO ELECTRONICO

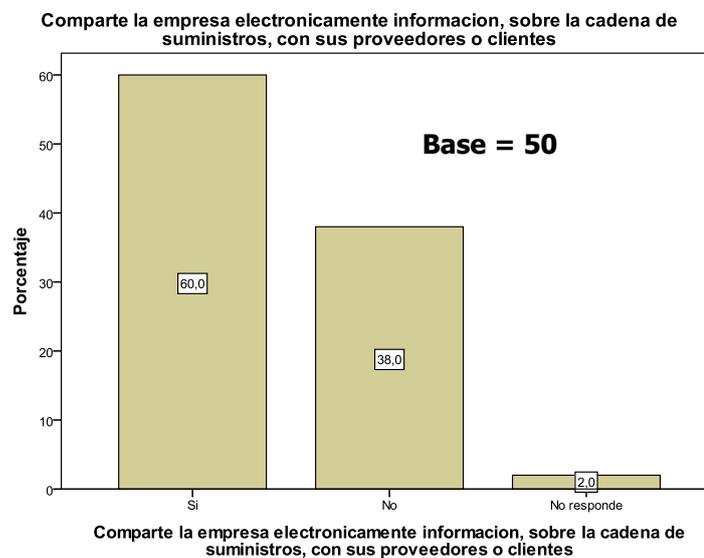


Base = 50

Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador
El 76.0% del total de las empresas encuestadas comentaron que el tipo de correo que tienen es el de forma manual.

FIGURA 3.18

3.3.13 COMPARTE LA EMPRESA ELECTRONICAMENTE INFORMACION, SOBRE LA CADENA DE SUMINISTROS, CON SUS PROVEEDORES O CLIENTES



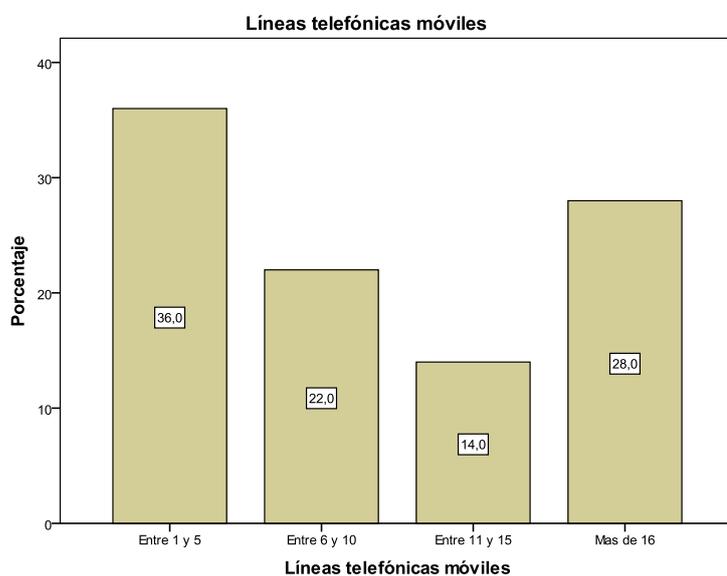
Base = 50

Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

El 60.0% del total de las empresas comparten electrónicamente información sobre la cadena de suministros con sus proveedores o clientes. El 38.0% restante no lo hace.

FIGURA 3.19

3.3.14 LINEAS TELEFONICAS MOVILES QUE DISPONE SU EMPRESA



Base = 50

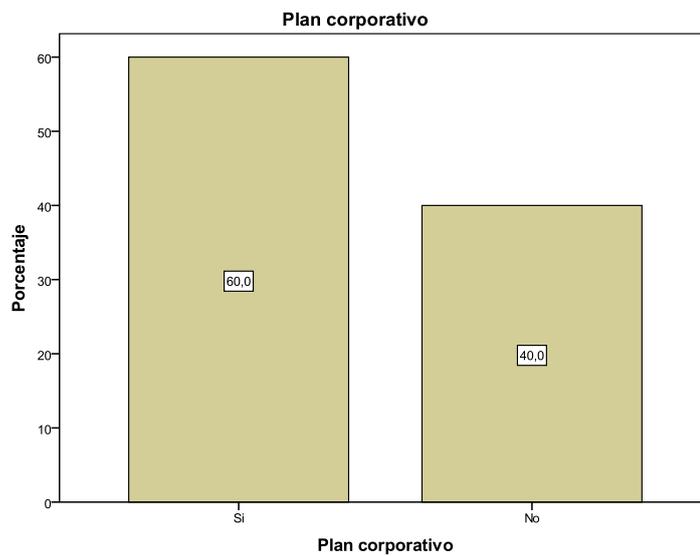
Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

El 36.0% del total de las empresas tienen entre 1 a 5 líneas, el 22.0% tienen entre 6 a 10 líneas, el 14.0% tienen entre 11 a 15 líneas y el 28.0% tienen más de 16 líneas telefónicas móviles.

Se puede decir que el celular se ha convertido en una herramienta fundamental para las empresas en estudio.

3.3.15

FIGURA 3.20
PLAN CORPORATIVO



Base = 50

Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

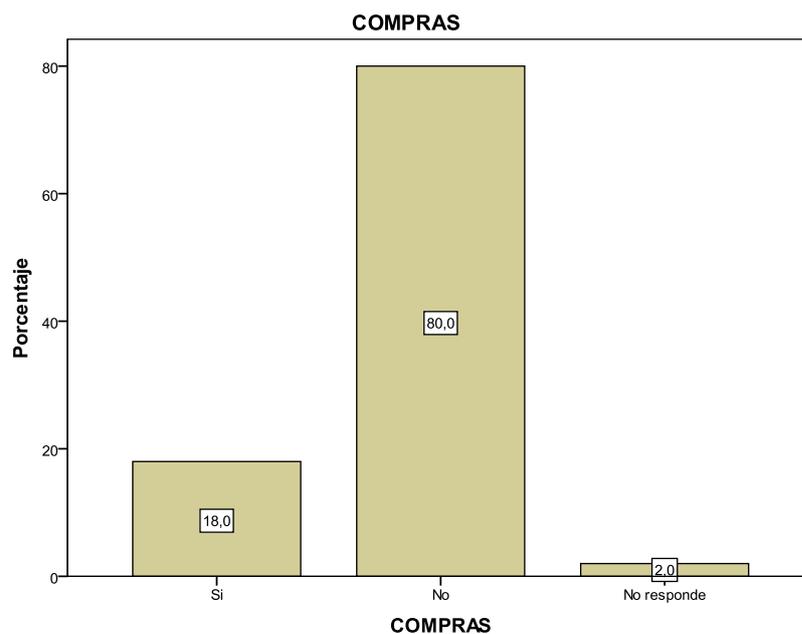
El 60.0% del total de las empresas tienen plan corporativo, el resto 40% tienen otro tipo de plan.

3.4 COMERCIO ELECTRONICO

FIGURA 3.21

3.4.1 COMPRAS POR CORREO ELECTRONICO

COMPRAS (PRIMER SEMESTRE 2.010) REALIZO SU EMPRESA PEDIDOS DE BIENES O SERVICIOS A TRAVES DE COMERCIO ELECTRONICO, MEDIANTE INTERNET U OTRAS REDES. (EXCLUYE CORREOS ELECTRONICOS ESCRITOS MANUALMENTE)



Base = 50

Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador
El 80.0% no realiza pedidos o reservas a través del comercio electrónico. Apenas el 18.0% ha realizado comercio electrónico.

TABLA 3.4

**3.4.2 PORCENTAJE DE COMPRAS REALIZADAS POR INTERNET
COMPRAS POR COMERCIO ELECTRONICO**

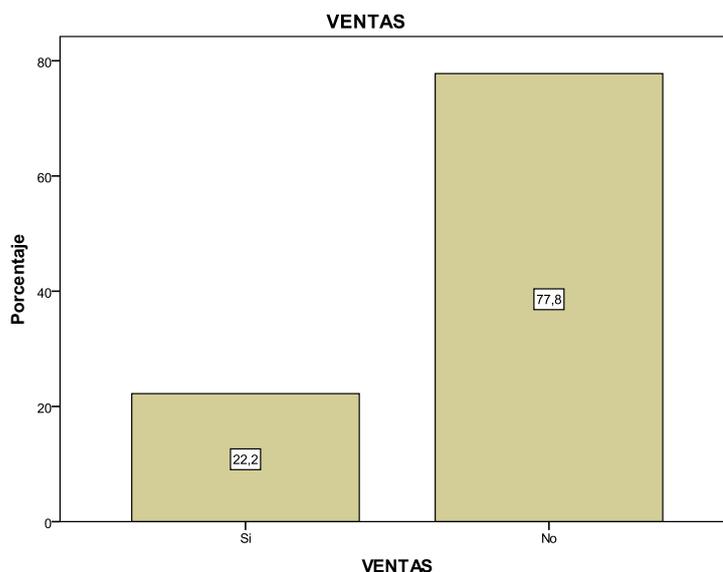
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 10%	3	33,3	33,3	33,3
100%	2	22,2	22,2	55,6
30%	1	11,1	11,1	66,7
50%	2	22,2	22,2	88,9
80%	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador
Solos existen dos empresas que realizan las compras 100% por comercio electrónico.

3.4.3 VENTAS POR CORREO ELECTRONICO

FIGURA 3.22

VENTAS (PRIMER SEMESTRE 2.010) RECIBIO SU EMPRESA PEDIDOS DE BIENES O SERVICIOS A TRAVES DE COMERCIO ELECTRONICO, MEDIANTE INTERNET U OTRAS REDES. (EXCLUYE CORREOS ELECTRONICOS ESCRITOS MANUALMENTE)



Base = 9

Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador
El 77.8% no recibió pedidos o reservas a través del comercio electrónico. Apenas el 22.2% realizó ventas a través .

TABLA 3.5

3.4.4 PORCENTAJE DE VENTAS REALIZADAS POR INTERNET

VAR00108

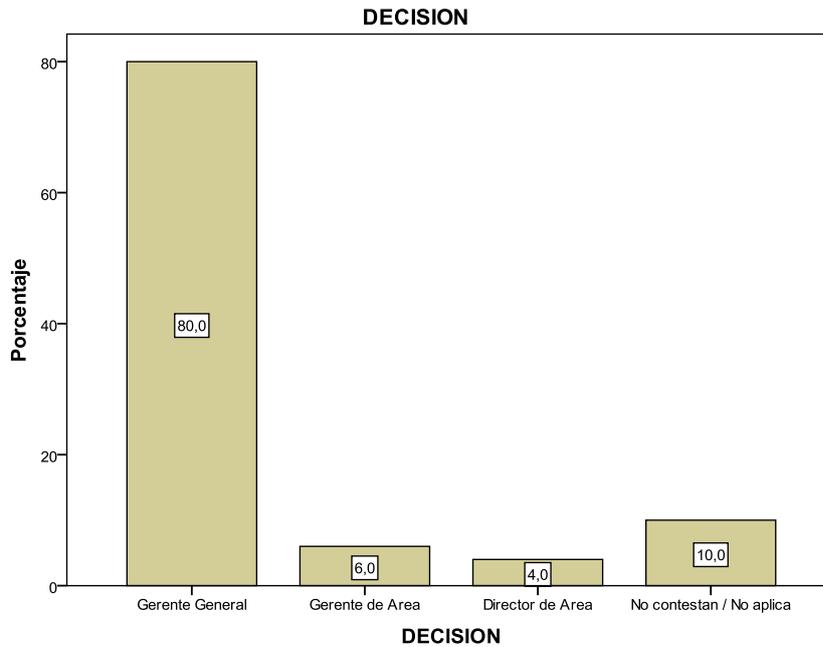
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 0%	7	77,8	77,8	77,8
20%	1	11,1	11,1	88,9
60%	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador
 Solos existen dos empresas que realizan ventas por comercio electrónico. Una empresa solo vende un 20.0% por internet y la otra un 60.0% de sus ventas son por internet.

3.5 DECISION, MOTIVOS, FINANCIAMIENTO, OBSTACULOS Y SEGURIDAD TIC'S

FIGURA 3.23

3.5.1 DECISIÓN DE INCORPORAR LAS TIC'S



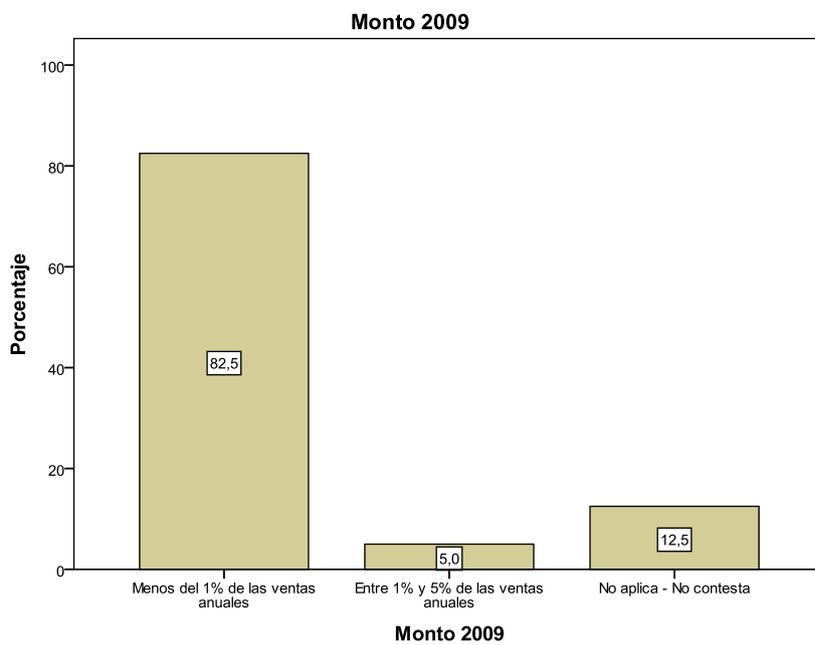
Base = 50

Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

El 80.0% de las empresas encuestadas afirman que el gerente fue quien tomo la decisión de incorporar las TIC'S, el 6.0% fueron los Gerentes de Área y un 4.0% fueron los Directores de Áreas.

FIGURA 3.24

3.5.2 MONTO APROXIMADO DEL GASTO ANUAL DE LAS TIC'S (2.009)



Base = 40

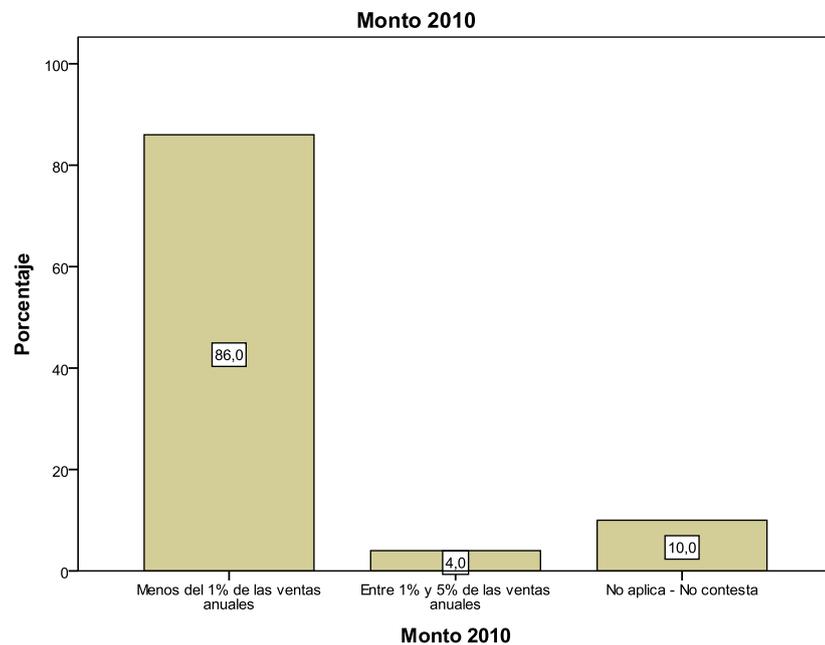
Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

El 82.5% de las empresas afirman que menos del 1% de las ventas anuales y un 5.0% dicen que está entre el 1% y 5% de las ventas anuales del gasto anual de las TIC'S. Estas cantidades se refieren al año 2.009

FIGURA 3.25

3.5.3

MONTO APROXIMADO DEL GASTO ANUAL DE LAS TIC'S (2.010)



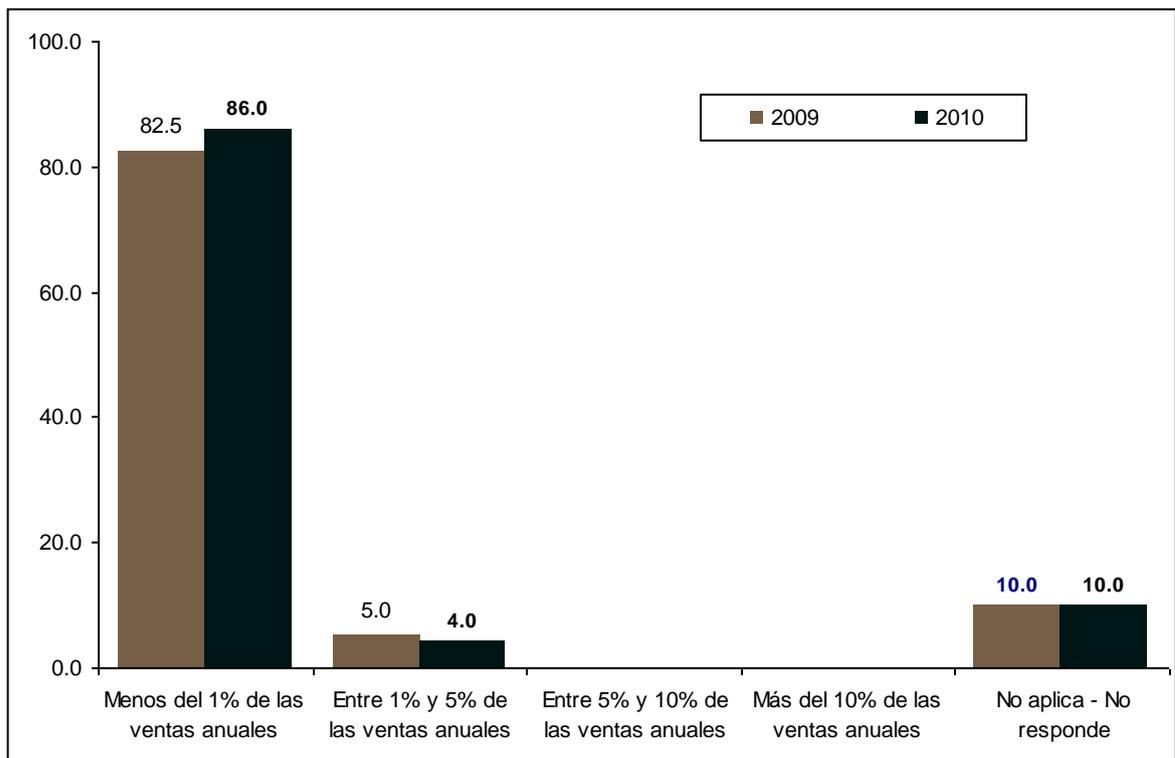
Base = 50

Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

El 86.0% de las empresas afirman que menos del 1% de las ventas anuales y un 4.0% dicen que está entre el 1% y 5% de las ventas anuales del gasto anual de las TIC'S. Estas cantidades se refieren al año 2.010

FIGURA 3.26

3.5.4 MONTO APROXIMADO DEL GASTO ANUAL DE LAS TIC'S (2.009 Vs. 2.010)



Base 2.009 = 40

Base 2.010 = 50

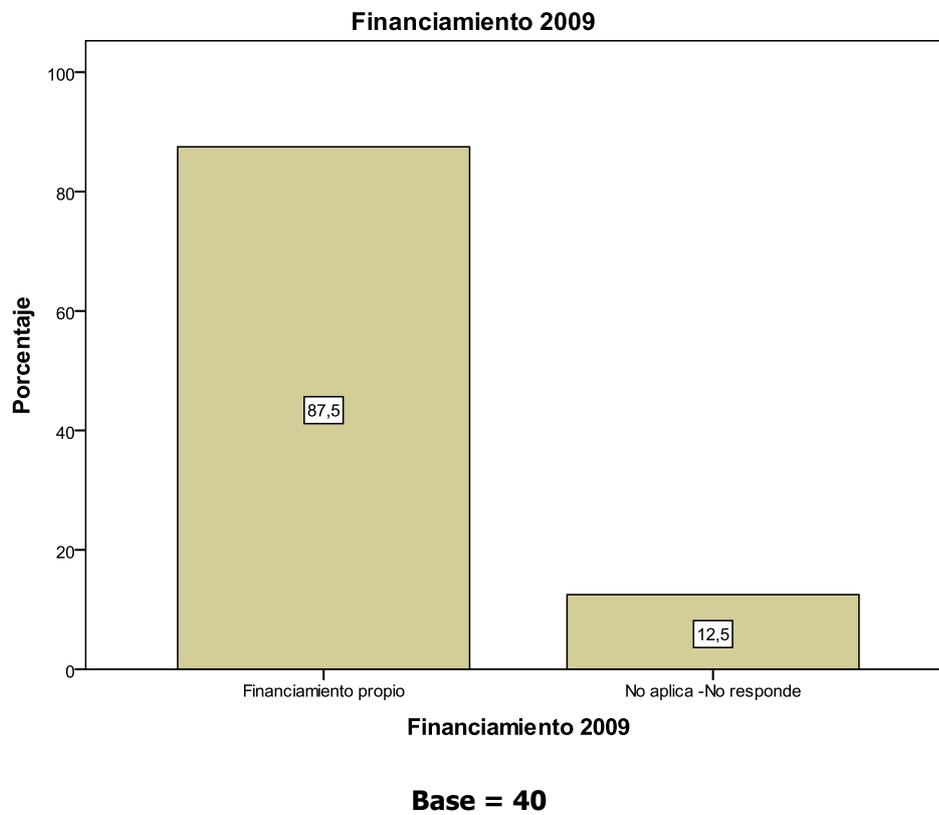
Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

Al comparar el 2.009 con el 2.010 se puede observar que no ha aumentado los gastos en las TIC'S,

FIGURA 3.27

3.5.5

FINANCIAMIENTO DE LAS TIC'S (2.009)



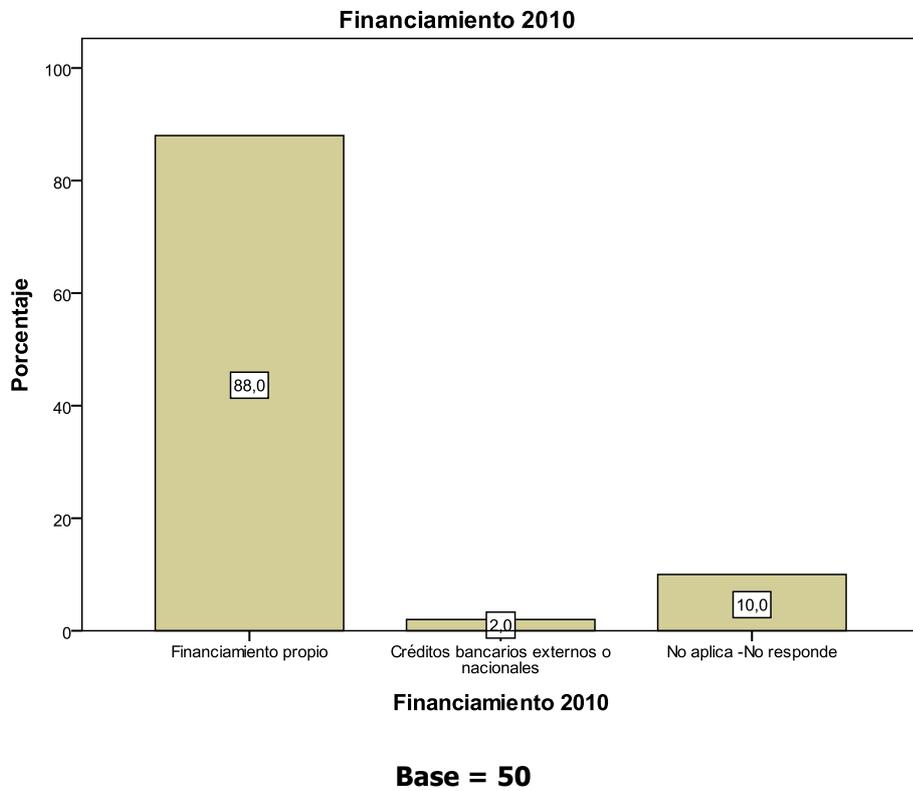
Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

El 87.5% de las empresas afirman que el financiamiento es propio para las TIC'S en el 2.009.

FIGURA 3.28

3.5.6

FINANCIAMIENTO DE LAS TIC'S (2.010)

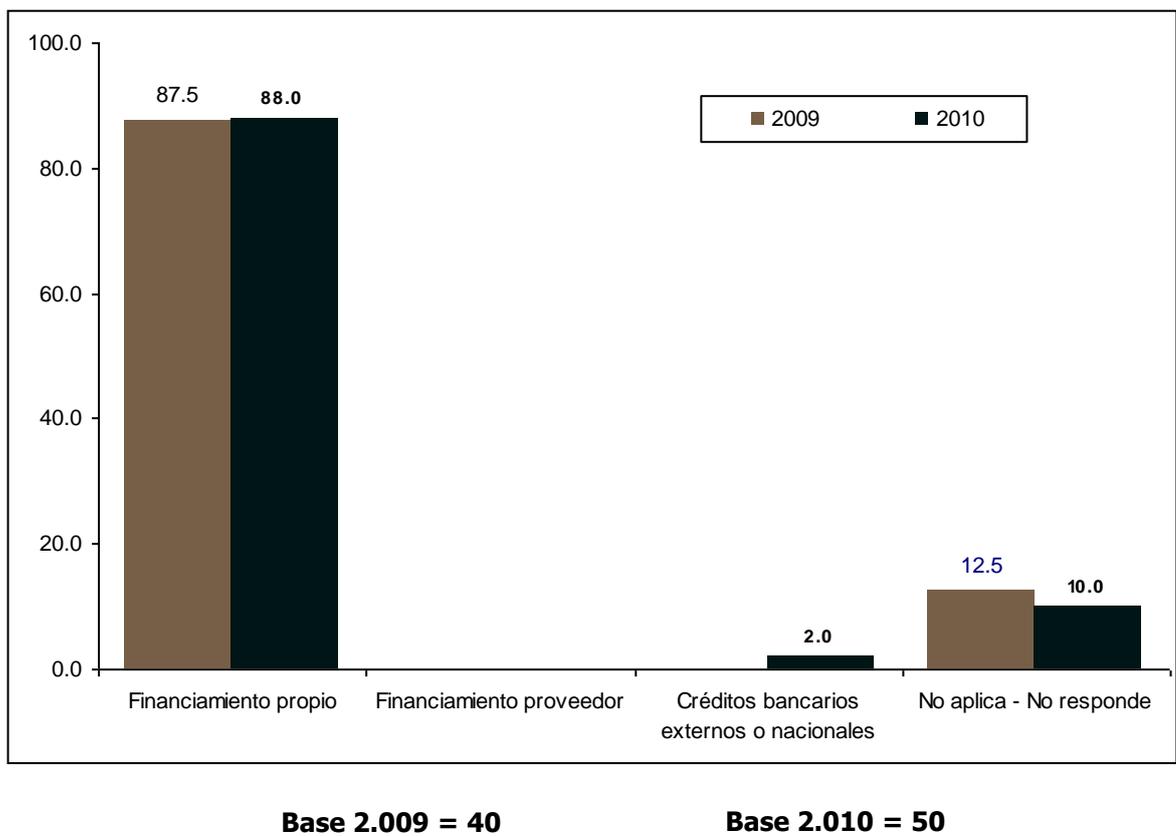


Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

El 88.0% de las empresas afirman que el financiamiento es propio para las TIC'S en el 2.010 y un 2.0% lo ha realizado por créditos bancarios

FIGURA 3.29

3.5.7 FINANCIAMIENTO DE LAS TIC'S (2.009 Vs. 2.010)



Fuente: Estudio Impacto de las TIC's en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

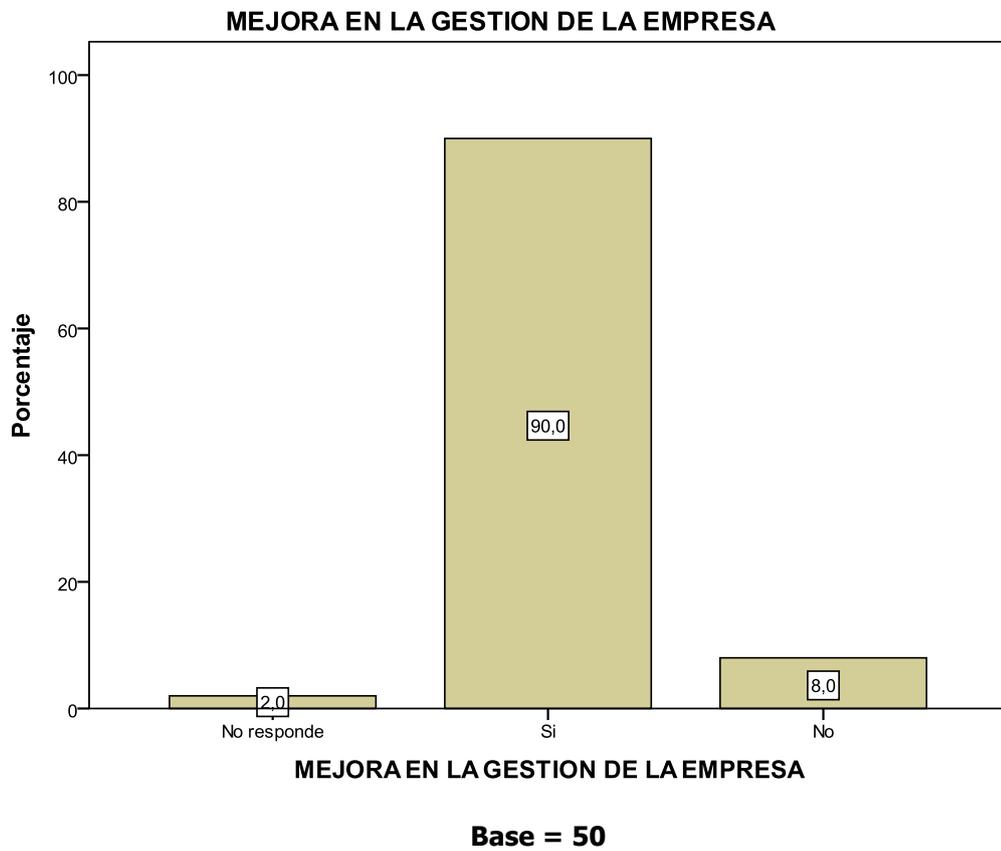
Como aumentaron el uso de las TIC'S se ve un cambio en la forma de financiamiento, un 2.0% aumento en los créditos bancarios.

3.6

IMPACTO DE LAS TIC'S

FIGURA 3.30

3.6.1 LAS TIC'S HAN AYUDADO A MEJORAR LA GESTION DE LA EMPRESA

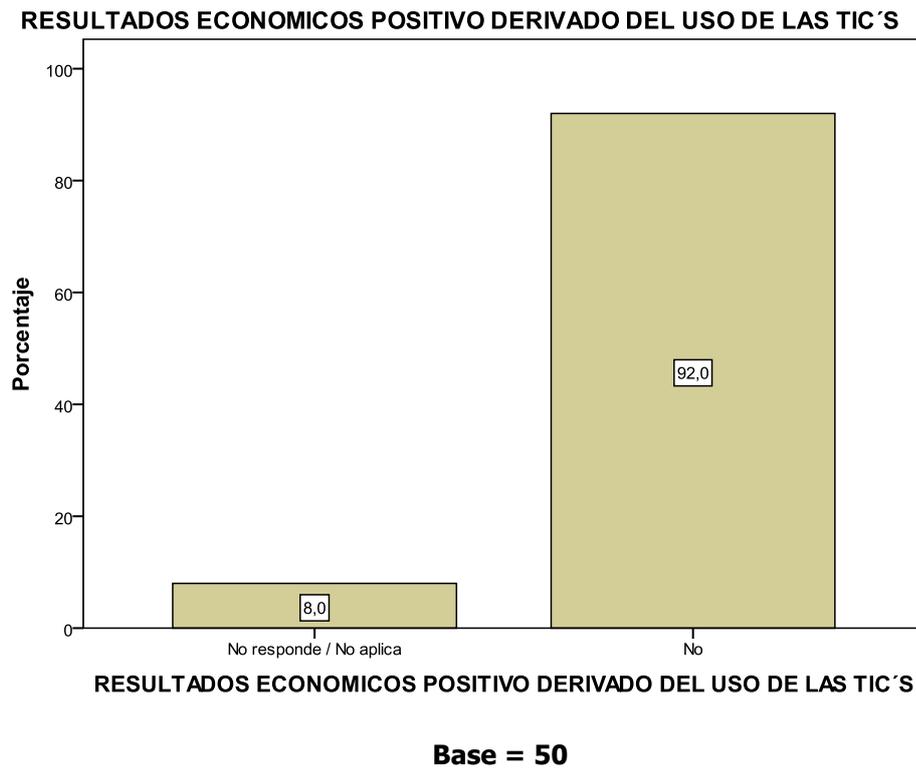


Fuente: Estudio Impacto de las TIC'S en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

La mayoría, es decir un 90.0% comentan que Si ha mejorado la gestión de la empresa con las TIC'S.

FIGURA 3.31

3.6.2 RESULTADOS ECONOMICOS POSITIVOS DERIVADO DEL USO DE LAS TIC'S



Fuente: Estudio Impacto de las TIC'S en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

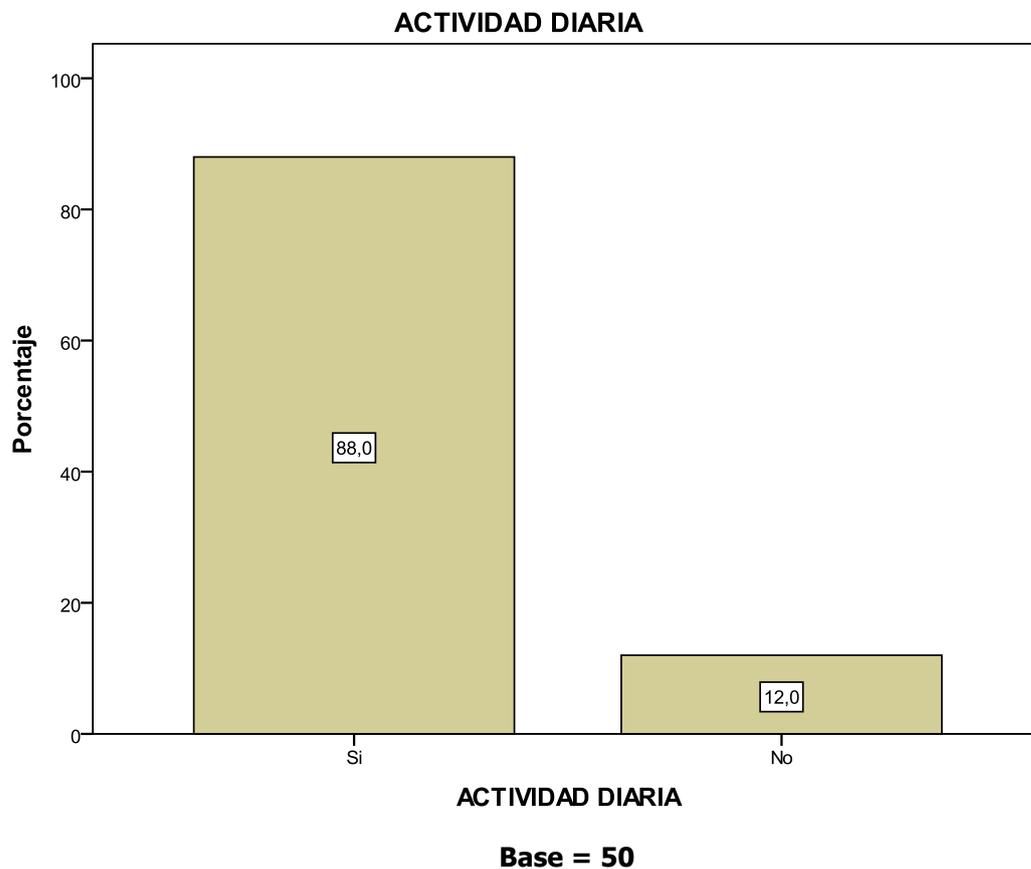
El 92.0% comentan que No ha obtenido resultados económicos positivos derivados del uso de las TIC'S. Este resultado hay que analizarlo mucho, ya que la mayoría de los encuestados siempre afirman no tener rédito en alguna gestión financiera por miedo a impuestos o algo relacionado.

3.7

FORMACIÓN EN TICs

FIGURA 3.32

3.7.1 LOS DIRECTIVOS DE LA EMPRESA MANEJAN LAS TIC'S EN SU ACTIVIDAD DIARIA.



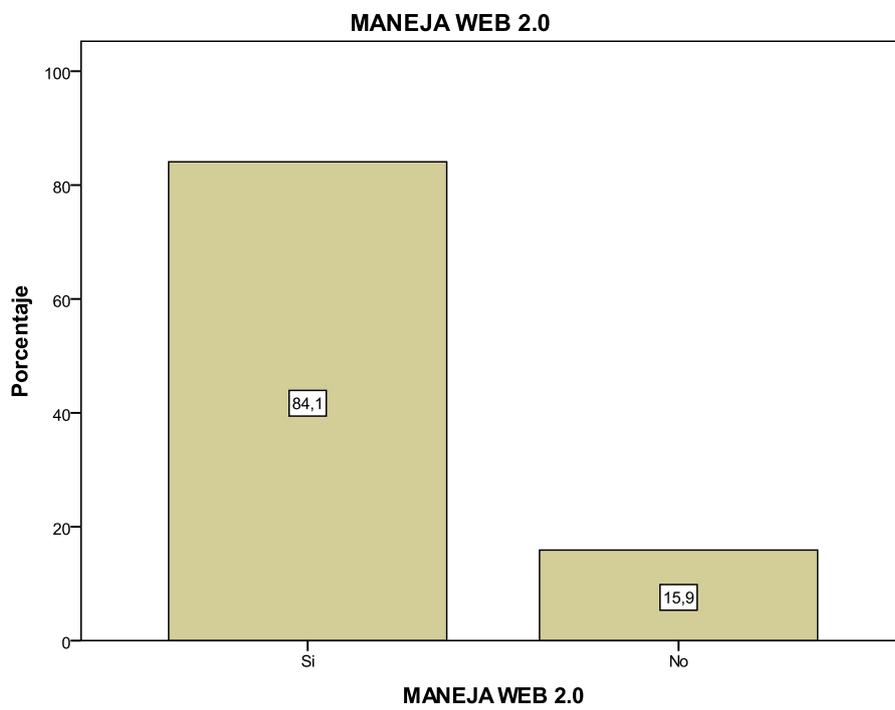
Fuente: Estudio Impacto de las TIC'S en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

El 88.0% comentan que si manejan las TIC'S en su actividad diaria.

FIGURA 3.33

3.7.2

MANEJAN WEB 2.0



Base =44

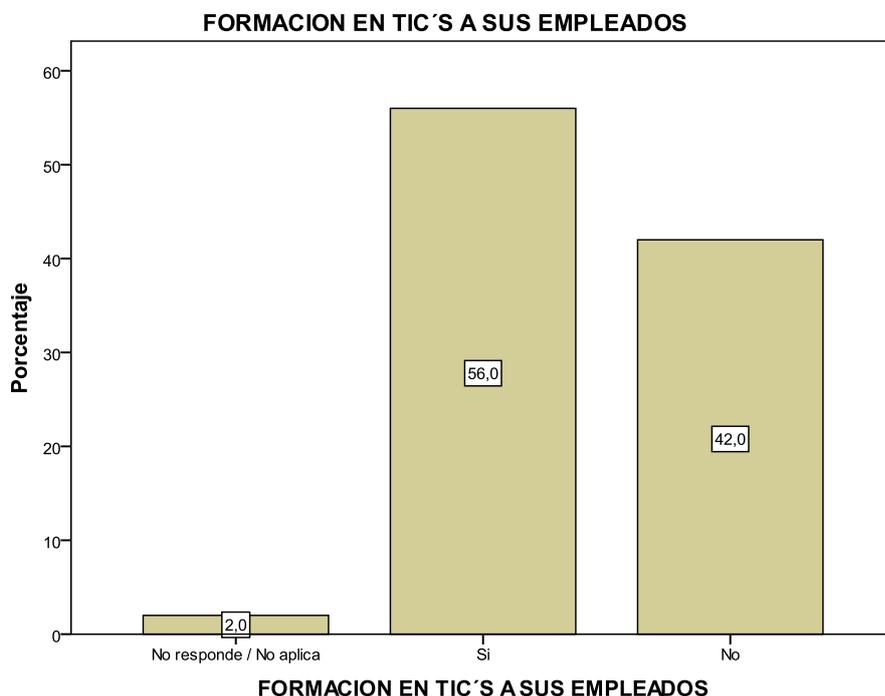
Fuente: Estudio Impacto de las TIC'S en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

El 84.1% comentan que si manejan Web 2.0, y el 15.9% dicen que no lo utilizan.

FIGURA 3.34

3.7.3

FORMACION EN TIC'S A SUS EMPLEADOS



Base =50

Fuente: Estudio Impacto de las TIC'S en el desempeño de las PYMES en el Ecuador

El 56.0% de las empresas han proporcionado formación en TIC'S a sus empleados y el 42% no lo ha realizado.

3.8 PROPUESTA Y/O MODELO DE BUENAS PRÁCTICAS EN EL USO DE LAS TIC'S.

El incorporar Tic's lleva que las pymes mejoren sus procesos y sean más competitivas en cada una de sus áreas.

El crecimiento de las empresas que usan el Internet para aumentar sus ventas, se está dando en todo el mundo. El comercio electrónico es un gran generador de ingresos. También está cambiando las reglas y la forma de hacer negocios de la competencia, establecidos o nuevos.

3.8.1 Modelo a ser propuesto:

Primero, se ve las diferentes formas de tener modelos de comercialización. Luego, se analizan las características de las empresas y las posibles variables que se pueden presentar en Santa Elena, identificando los factores de importancia.

En segundo lugar se identifican los elementos que permiten crear un modelo comercial que se podría aplicar.

A continuación mostramos un modelo de buenas prácticas en el uso de las tic's:

3.8.2 Planteamiento de Objetivos

Crear una herramienta avanzada de negocio electrónico para la optimización y gestión de la relación con sus clientes y filiales.

Establecer una plataforma integrada con los sistemas de gestión existentes en la empresa.

El cumplimiento de estos objetivos implica la creación de varios módulos, estos son los siguientes:

- Web Corporativa de acceso público
- Extranet para clientes: proporciona al cliente o usuario una herramienta de gestión de pedidos, con acceso al estado de inventarios, plazos de servicios.

- Extranet para las filiales o sucursales: Este permite crear una área común entre todas las empresas pertenecientes al grupo asociación, disponiendo de información actualizada sobre material de mercadeo marketing unificado, bases de datos de catálogos y de peticiones.

A continuación se muestra un modelo y algunas funcionalidades de buenas prácticas en el uso de las tic's en el sector turístico:

- Compra en Grupo: La posibilidad para los compradores de adquirir productos a un precio de empresa, gracias a la unión de demandas.
- Presentación Conjunta de Ofertas: Utilizar un sistema inteligente de búsqueda de asociados para promover la cooperación entre las empresas pymes a la hora de ofertar sus servicios. Gracias a esta nueva herramienta, se podría realizar una unión temporal o momentánea de pequeñas y medianas empresas.
- Presentación de viajes es una Plataforma en Internet para Turismo: Plataforma de comercio electrónico orientada al sector turístico, que incluye tanto las herramientas de venta en Internet como gestión de la agencia. Con este sistema se integra la captura y envío automático de información entre los diferentes integrantes de la oferta turística a través de tecnologías.
- Creación de un Portal web con funciones de agencia de viajes y centro de información y promoción.

Como agencia de viajes: compra de viajes en forma de paquetes pre configurados, elaboración y adquisición de viajes personalizados, adquisición de servicios sueltos: hoteles, viajes, visitas guiadas.

Como centro de información: Permite a las empresas del sector, presentar en un portal toda la oferta turística del País.

Portal como centro de información turística: información sobre ubicación, historia, cultura, gastronomía y lugares atractivos en general que presenta el País para el visitante.

Existen ciertos factores a analizar en la inclusión de este modelo a la empresa. Se debe tener en cuenta: Oportunidades (Obtener nuevos clientes, desarrollar nuevos productos), Factores internos (Complejidad, Costos) y Factores Externos (Desconfianza).

3.8.3 Implementar el Modelo:

Se va a planear una estrategia de ventas, direccionada hacia el comprador teniendo en cuenta las necesidades que tenga, observar las necesidades para diseñar un producto innovador que cumpla con las exigencias del cliente que cada vez son más exigentes, debido a la cantidad de información que existe y recibe.

Tener en cuenta que existe una realidad que la globalización implica incorporarse o quedarse fuera. Las Pymes que se quedan, no podrán competir en este crecimiento económico. El acceso a TIC's actualizadas es el factor principal para que las pymes mejoren sus procesos en general y de esta manera, sean más eficientes.

El modelo que se desea está fundamentado en diferentes niveles y dado que la relación proveedores, empresa, clientes, están afectadas por este nuevo medio llamado Internet asegurando en primera instancia la seguridad tanto para el cliente como para la empresa del sitio web, información de los datos presentes en el sitio.

Una transacción de negocios por medio del comercio electrónico se rige por reglas o políticas que permita soportar desde conocer el producto y el acceso, hasta la selección y el acuerdo final.

El modelo anteriormente expuesto es algo generalizado para todas las empresas, pero se debe realizar enfocado a cada tipo de negocio, a continuación un ejemplo para el sector del Turismo y Hotelería:

Se pueden reunir todas las empresas relacionadas y obtener el mismo sistema. Viajes en una Plataforma en Internet para Turismo:

Plataforma de e-commerce orientada al sector turístico, que incluya tanto las herramientas de venta en Internet como gestión de la agencia. Con este sistema se integraría la captura y

envío automático de información entre los diferentes integrantes de la oferta turística a través de tecnologías.

En definitiva podemos estar confiados que las Tic's han cambiado el mundo de los negocios y lo van a seguir haciendo

CONCLUSIONES

Al realizar el Análisis Cuantitativo se obtuvieron los siguientes resultados:

Tienen computadoras todas las empresas encuestadas, aunque no todos los empleados tienen acceso a ellas, es comprensible porque hay departamentos que no la necesitan.

Todas las empresas utilizan como medio de comunicación el celular, esto es algo bueno porque este medio facilita la interacción entre empleados y administrativos.

En lo que si se está fallando es que solamente el 46.0% de las empresas encuestadas tienen páginas web y el 4% está en construcción. El 80.0% no realiza pedidos o reservas a través del comercio electrónico. Apenas el 18.0% ha realizado comercio electrónico.

El 77.8% no recibió pedidos o reservas a través del comercio electrónico. Apenas el 22.2% realizó ventas a través de esta herramienta.

Con esta información de la encuesta realizada podemos concluir que las Tic's en el Sector de Santa Elena están fallando en el comercio electrónico y comunicación de sus productos por medio de la Web.

Por lo tanto conquistar nuevos mercados y aumentar la competitividad son objetivos de cualquier tipo de negocio para entrar en la era de la globalización. Por esto las pymes tienen que estar interesadas en hacerlos realidad.

En la actualidad cobra cada día mayor importancia la necesidad de conectar a las pymes del sector en Santa Elena a la internet y las Tic's, con el fin de ofrecerle a este sector productivo participación en mercados internacionales y nacionales, así como facilitar estrategias que requieren las empresas para ser más fuertes y competitivas. Con este objetivo es que se propuso la investigación realizada.

El uso de las redes también ayuda a facilitar la participación de las pymes en proceso de compras al estado (Como se sabe este es el mayor comprador de productos y servicios del

país), acceder a la información técnica actualizada, económica y comercial de primera mano.

En definitiva podemos decir que las Tic's tienen que desarrollarse un poco más en el sector de Santa Elena, principalmente en el área de internet (Web y Comercio electrónico) para mejorar sus ingresos y obtener optimizar mejor sus recursos.

RECOMENDACIONES

Según la investigación de mercado realizada se concluyo que el punto débil de las Tic´s en el sector de Santa Elena es el comercio electrónico y en la creación de páginas web, por lo tanto realizamos las siguientes recomendaciones:

- Se pueden reunir todas las empresas relacionadas, es decir las empresas de turismo, las de pesca, por decir algunos ejemplos y obtener el mismo sistema. Una plataforma de e-commerce orientada a una actividad específica, que incluya tanto las herramientas de venta en Internet como gestión del negocio. Con este sistema se integraría la captura y envío automático de información entre los diferentes integrantes de la oferta a través de tecnologías.
- Se puede pedir alguna entidad del Gobierno Local o entidad del Gobierno Nacional algún tipo de crédito para implementar estas Tic´s y con esto generar más puestos de trabajo en el sector de santa Elena.
- Reunirse en grupos (En grupos siempre es mejor, si se lo realiza por tipo de empresa se optimiza los resultados) con el Ministerio de Industrias y Productividad, para recibir asesorías en el campo de las Tic´s.
- No solamente es implementar las Tic´s, también hay que capacitar al personal para que el manejo correcto de estas herramientas.
- No tener miedo al uso de nueva tecnología y estar dispuesto a los cambios que lleva la globalización de los negocios.

Así de esta manera, las pymes del sector de Santa Elena afrontaran retos como el reducido recurso de capacitación y escaso acceso a la información sobre oportunidades de nuevos negocios que dificultan el atraer nuevos clientes y desarrollar operativos estratégicos más ágiles.

BIBLIOGRAFÍA

- Antonio Briones Peñalver TIC's colaborativas para las microempresas del proyecto e-MICRO.
- Barragán J.et al.(2002): Administración de las pequeñas y medianas empresas, retos y problemas ante la nueva economía global. México. Trillas
- CONATEL(2005): Estrategia Nacional para la sociedad e la Información y el Conocimiento. Agencia Nacional de conectividad. Plan de acción 2005-2010.
- Fernández Sánchez, E. (1996).- Innovación tecnológica y alianzas estratégicas. Factores clave de la competencia. Cívitas. Madrid.
- Iglesias, S.; Orero, A., y Fernández, J. (2005).- Alienamiento entre la estrategia y los sistemas de información móviles: factores de integración. XV Congreso ACEDE, Septiembre, La Laguna, Canarias.
- Monge. González y otros (2006): TIC´s en las PYMES de Centroamérica. Impacto de la adopción de la tecnologías de la información y la comunicación en el desempeño de las empresas. Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Nájera, J.J. (2005).- Aportaciones empíricas a la relación entre la inversión en tecnologías de la información y las comunicaciones y los resultados empresariales. 4th Internacional Conference Iberoamerican Academy of Management, diciembre, Lisboa, Portugal.
- Porter Michael (2002) Ventaja competitiva. Creación y sostenimientos de un desempeño superior, ed. CECSA, México.
- Porter Michael (2006) Estrategia y ventaja competitiva, ed. DEUSTO, Barcelona.

- Reboloso, R. (2000): La globalización y las nuevas tecnologías de información. México. D. F. Trillas.
- Telefónica Investigación y Desarrollo S.A., (2000).- La Sociedad de La Información en España. Presente y Perspectivas.
- Urgal, B. (2005).- Flexibilidad y Eficiencia. La aportación de las nuevas tecnologías de información a los procesos de producción, Alta Dirección. Nº 238, pp. 397-404.
- cibermundos.bligoo.com/.../Las-TIC-como-herramienta-a-la-gestion-empresarial.html- España.
- es.wikipedia.org/wiki/Innovaci3n –
- <http://www.cienciared.com.ar/ra/doc.php?n=555>
- lasticsylasociedad.blogspot.com
- www.dinamarketing.com/index.php?...productividad-empresarial
- www.dimensionempresarial.com/.../¿que-es-el-modelo-de-diamante-michael-porter/
- www.12manage.com/methods_porter_diamond_model_es.html