



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“FACTORES DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LAS
MICROEMPRESAS PRODUCTORAS DE LÁCTEOS DEL CANTÓN
LATACUNGA, PARROQUIA MULALÓ”.**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de
Ingenieras Comerciales

Autoras:

Gutierrez Shigui Evelyn Nataly

Rivera Chicaiza Vilma Liliana

Director:

Ing. Roberto Carlos Arias Figueroa

Latacunga – Ecuador

Agosto 2017

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo **Rivera Chicaiza Vilma Liliana** declaro ser autor (a) del presente proyecto de investigación: **“Factores de crecimiento empresarial en las microempresas productoras de lácteos del cantón Latacunga, parroquia Mulaló”**, siendo el **Ing. Roberto Carlos Arias Figueroa**, director del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además certificamos que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.




.....
Rivera Chicaiza Vilma Liliana

0503994519

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo **Gutiérrez Shigui Evelyn Nataly** declaro ser autor (a) del presente proyecto de investigación: **“Factores de crecimiento empresarial en las microempresas productoras de lácteos del cantón Latacunga, parroquia Mulaló”**, siendo el **Ing. Roberto Carlos Arias Figuera**, director del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además certificamos que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.



Gutiérrez Shigui Evelyn Nataly

0503634834

AVAL DEL DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

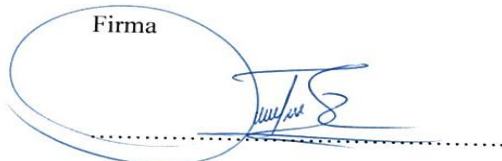
En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema:

“Factores de crecimiento empresarial en las microempresas productoras de lácteos del cantón Latacunga, parroquia Mulaló”, de Rivera Chicaiza Vilma Liliana, de la carrera de **Ingeniería Comercial**, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, agosto, 2017

El Director

Firma



Ing. Roberto Carlos Arias Figueroa

AVAL DEL DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema:

“Factores del crecimiento empresarial en las microempresas productoras de lácteos del cantón Latacunga, parroquia Mulaló”, de Gutiérrez Shigui Evelyn Nataly, de la carrera de Ingeniería Comercial, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, agosto, 2017

El Director

Firma



Ing. Roberto Carlos Arias Figueroa

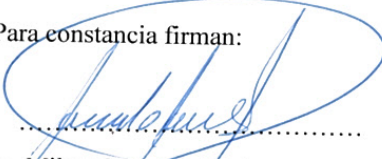
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

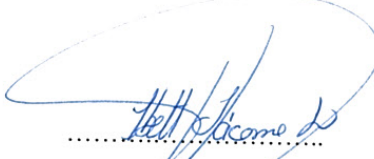
En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas; por cuanto, las postulantes: **Gutiérrez Shigui Evelyn Nataly y Rivera Chicaiza Vilma Liliana** con el título de Proyecto de Investigación: **“Factores del crecimiento empresarial en las microempresas productoras de lácteos del cantón Latacunga, parroquia Mulaló”**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación de Proyecto.

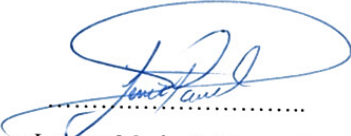
Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, agosto, 2017

Para constancia firman:


.....
Ing. Milton Marcelo Cárdenas
C.I: 050181033-7
LECTOR 1


.....
Ing. Ibett Mariela Jácome Lara
C.I: 1714953807
LECTOR 2


.....
Ing. Lorena Maricela Paucar Coque
C.I: 180304099-5
LECTOR 3

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento fraterno e infinito hacia Dios por concederme la oportunidad de alcanzar cada uno de mis sueños e ir transcurriendo cada etapa de mi vida con éxito, pese a las adversidades siempre me mantuvo en pie fortaleciéndome cada día.

A mis padres por su apoyo moral, económico y en especial por su sacrificio, dedicación ya que fomentaron en mí el deseo de superación y lucha constante.

Agradezco también a mi querida Universidad Técnica de Cotopaxi por acogerme y poder dar cumplimiento a mi etapa universitaria, a los docentes y profesionales que impartieron su conocimiento, compromiso y paciencia; inculcando el espíritu de liderazgo y motivación formando así grandes profesionales.

Gutiérrez Shigui Evelyn Nataly

DEDICATORIA

Dedico el presente proyecto al principal autor de mis logros Dios, quien jamás me abandono demostrándome su amor incondicional. Consecutivamente a mi familia por ser el pilar fundamental en mi periodo de formación profesional.

Sus palabras y consejos de motivación han sido el motor para ir escalando y superando cada obstáculo sin dejar de lado la perseverancia, constancia y los deseos de salir adelante, traspasando los limitantes presentes en el diario vivir haciendo de mí un mejor ser humano.

Gutiérrez Shigui Evelyn Nataly

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, porque me ha dado la vida, la oportunidad de seguir con mis estudios escalando una a una las gradas que me conducirán al éxito profesional y me ha dado las fuerzas necesarias para continuar en los momentos más difíciles en esta etapa de estudio, además agradezco infinitamente a mi padres quienes me han apoyado moral y económicamente para poder culminar con éxito mis estudios.

Ha mi hermana Gladys que me ha enseñado que con perseverancia y constancia se puede lograr cumplir un sueño.

A los docentes de la carrera que nos han brindado y compartido sus conocimientos durante estos 5 años de estudio.

Vilma Liliana Rivera Chicaiza

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a mi madre Laura Chicaiza que ha sacrificado su vida en el trabajo por darnos siempre lo mejor a mí y a mis hermanos, ella nos ha enseñado que en la vida siempre hay tropiezos pero hay que levantarnos y seguir adelante con más ganas.

A mi padre Julio Rivera que a pesar de estar mucho tiempo lejos de nosotros nos ha apoyado en cada meta y objetivo que nos hemos trazado en la vida.

A mi hija que me ha motivado a seguir con mis estudios y ha sacrificado muchas horas de juegos para que yo pueda terminar mis estudios.

Vilma Liliana Rivera Chicaiza

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

TÍTULO: “Factores de crecimiento empresarial en las microempresas productoras de lácteos del cantón Latacunga, parroquia Mulaló”

Autoras: Evelyn Nataly Gutiérrez Shigui

Vilma Liliana Rivera Chicaiza

RESUMEN

En nuestro país existen microempresas que son creadas empíricamente, las mismas que han generado fuentes de empleo aproximadamente el 60% de la Población Económicamente Activa (PEA) en las zonas rurales de Cotopaxi, mejorando así la calidad vida de los propietarios y sus trabajadores. Por esta razón nace la iniciativa de realizar la investigación de los factores que imposibilitan el crecimiento empresarial en las microempresas productoras de Lácteos del Cantón Latacunga, parroquia Mulaló.

El problema central identificado es el desconocimiento de los factores de crecimiento que influyen en el desarrollo de los negocios, conllevando esta situación a que los propietarios entren en una zona de confort y permanezcan estáticos sin aprovechar las oportunidades que pueden encontrar en el entorno. Para el presente proyecto de investigación se enmarco como objetivo principal determinar los factores que impiden el crecimiento empresarial partiendo de investigaciones basadas en fuentes bibliográficas veraces, fundamentando contenidos más resaltantes en cuanto al tema propuesto. La metodología que se utilizó fue el enfoque cuantitativo porque se desarrolló un análisis estadístico donde se cuantifico los resultados obtenidos en la investigación de campo, el método deductivo porque mediante la aplicación del análisis del diagrama de Pareto se pudo identificar los factores que inciden de manera negativa en el crecimiento de los negocios. Posterior a ello y mediante la aplicación de las encuestas se elaboró el diagnostico situacional con la herramienta del Perfil de Capacidad Interna conocido también por sus siglas como matriz (PCI) y análisis Político, Económico, Social, Tecnológico y Ambiental llamado también análisis (PESTA). Siendo de mayor importancia el direccionamiento estratégico, el bajo nivel tecnológico, inexistencia de publicidad, inexistencia de registros contables, inexistencia de variedad de productos, no cuentan con certificado, la mayoría de los factores que impiden el crecimiento son internos, para la elaboración del análisis de Pareto se tomó en consideración la información necesaria de 11 microempresas lácteas siendo estas nuestra fuente de información primaria.

Palabras clave: factores, crecimiento empresarial, microempresas, análisis PCI, análisis PESTA, diagrama de Pareto.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

FACULTY OF ADMINISTRATIVE SCIENCES

THEME: "Business growth Factors in producing dairy products micro-enterprises at Latacunga canton, Mulalo parish"

Authors: Evelyn Nataly Gutiérrez Shigui
Vilma Liliana Rivera Chicaiza

ABSTRACT

In this country, there are microenterprises that are created empirically, the same ones have generated employment for approximately 60 per cent of the (EAP) Economically Active Population in the Cotopaxi rural areas, thus improving the owners and their workers life quality. For this reason, the initiative to carry out this research about factors that prevent business growth in dairy products micro-enterprises producing at Latacunga Canton, Mulalo parish. Lack of growth factors influence the business development was the central problem, leading to this situation to the owners enter into a comfort zone and remain static without taking advantage of the opportunities that can be found in the environment. For this research project was framed as its main objective to determine the factors that hinder business growth on the basis of research based on bibliographic sources truthful, basing most content with regard to the proposed topic. The quantitative approach methodology was used because it developed a statistical analysis where quantified the obtained results in the field research, the deductive method too because through the Pareto chart analysis application, we were unable to identify the factors that impact negatively on the business growth. Subsequent to this and through the application of the surveys were developed the situational diagnosis with the profile tool of internal capacity also known by its acronym as the matrix (PCI) and analyzes the political, economic, social, technological and environmental analysis (PESTA). Being of greater importance the strategic direction, the low technology level, lack of advertising, lack of accounting records, lack of products variety, do not have the certificate, most of the factors that impede the growth are internal, for the Pareto analysis elaboration took into consideration of 11 micro-dairy being necessary information of this primary source information.

Key words: factors, business growth, microenterprises, PCI Analysis, PESTA Analysis, Pareto chart.

AVAL DE TRADUCCIÓN



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

CENTRO DE IDIOMAS

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen de Proyecto al Idioma Inglés presentado por las señoritas Egresadas de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Facultad de Ciencias Administrativa: **GUTIERREZ SHIGUI EVELYN NATALY** y **RIVERA CHICAIZA VILMA LILIANA**, cuyo título versa “**FACTORES DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS PRODUCTORAS DE LÁCTEOS DEL CANTÓN LATACUNGA, PARROQUIA MULALÓ**”, lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, agosto del 2017

Atentamente,

Lidia Rebeca Yugla Lema

DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS

C.C. 050265234-0

xiii



xiii

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	I
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	III
AVAL DEL DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	IV
AVAL DEL DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	V
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	VI
AGRADECIMIENTO	VII
DEDICATORIA.....	VIII
AGRADECIMIENTO	IX
DEDICATORIA.....	X
RESUMEN	XI
ABSTRACT	XII
AVAL DE TRADUCCIÓN.....	XIII
1. INFORMACIÓN GENERAL	1
1.1. Título del proyecto:	1
1.2. Fecha de inicio:.....	1
1.3. Fecha de finalización:	1
1.4. Lugar de ejecución:	1
1.5. Unidad académica que auspicia:.....	1
1.6. Carrera que auspicia.....	1
1.7. Proyecto de investigación vinculado:	1
1.8. Equipo de trabajo:.....	1
1.8. Área de conocimiento:	1
1.9. Línea de investigación:	1
1.10. Sub líneas de investigación de las carreras:	1
2. RESUMEN	2
3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	3
4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	3

4.1.	Beneficiarios directos	3
4.2.	Beneficiarios indirectos	3
5.	EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
6.	OBJETIVO	6
6.1.	Objetivo general	6
6.2.	Objetivo específico	6
7.	ACTIVIDADES EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	8
8.	FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICO	9
8.1.	Crecimiento empresarial	9
8.1.1	Objetivos del crecimiento empresa	9
8.2.	Factores	9
8.2.1.	Factores interno	10
8.2.1.1.	La edad y el tamaño	10
8.2.1.2.	La motivación	10
8.2.1.3.	Comunicación interna	11
8.2.1.4.	Control interno	11
8.2.2.	Factores externos	12
8.2.2.1.	Factores externos de nivel superior o macro entorno	12
8.2.2.1.1.	Análisis político y legal	12
8.2.2.1.2.	Análisis económico	13
8.2.2.1.3.	Análisis social	14
8.2.2.1.4.	Análisis tecnológico	14
8.2.2.1.5.	Análisis ambiental	15
8.2.3.	Análisis pesta	15
8.2.3.1.	¿Para qué sirve el análisis pesta?	16
8.2.3.2.	Ventajas del análisis pesta	16
8.2.3.3.	Desventajas del análisis pesta	17
8.2.3.4.	Condiciones necesarias para la aplicación de la pesta	17
8.2.3.5.	Como se realiza el análisis pesta	18
8.2.4.	Análisis del perfil de capacidad interna (pci)	19
8.2.4.1.	De qué trata la matriz pci	19
8.2.4.2.	¿Cómo elaborar una matriz de pci?	20
8.2.4.3.	Categorías del análisis pci:	20

8.2.4.3.2. Capacidad tecnológica.....	22
8.2.4.3.3. Capacidad del talento humano.....	22
8.2.4.3.4. Capacidad competitiva	22
8.2.4.3.5. Capacidad financiera	23
8.2.4.3.6. Capacidad productiva	24
8.2.4.4. Calificación de la matriz pci.....	24
8.2.4.5. Esquema de análisis pci.....	26
8.2.5. Diagrama de pareto (80/20)	30
8.2.5.1. Como construir el diagrama de pareto.....	30
9. PREGUNTA CIENTÍFICA.....	31
10. METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL:	31
10.1. Enfoque.....	31
10.2. Métodos	31
10.3. Fuente.....	32
10.4. Técnica.....	32
10.5. Instrumento	32
10.6. Análisis estadístico	33
11. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	33
11.1. Análisis externo	33
11.1.1. Antecedentes históricos de las microempresas.....	33
11.2. Validación alpha de cronbach.....	35
11.3. Tabulación de datos	36
11.4. Análisis pesta de factores externos	42
11.4.1. Determinación y calificación de factores externos.....	42
11.4.2. Escenario económico.....	42
11.4.3. Escenario socio cultural.....	45
11.4.4. Escenario político legal	47
11.4.5. Escenario tecnológico.....	51
11.4.6. Escenario ambiental.....	54
11.4.7. Escenario social	55
11.4.8. Matriz de impactos externo	55
11.5. Análisis de factores internos	56
11.4.1. Matriz pci.....	82

11.5.	Informe.....	84
11.5.1.	Diagrama de pareto	84
12.	IMPACTOS	91
12.1.	Impactos socio cultural.....	92
12.2.	Impacto económico	92
13.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	92
13.1.	Conclusiones.....	93
13.2.	Recomendaciones	94
14.	BIBLIOGRAFÍA	95
15.	ANEXOS	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Objetivos	8
Tabla N° 2: Preguntas de ejemplo Matriz PESTA.....	19
Tabla N° 3: Esquema de análisis PCI	26
Tabla N° 4: Número de microempresas en Mulaló	34
Tabla N° 5: Resumen de datos validados.....	35
Tabla N° 6: Alpha de Cronbach.....	35
Tabla N° 7: Preguntas validadas	35
Tabla N° 8: Direccionamiento Estratégico	36
Tabla N° 9: Nivel educativo del propietario	37
Tabla N° 10: Financiamiento del negocio	38
Tabla N° 11: Expectativas del negocio	39
Tabla N° 12: Obstáculos de crecimiento.....	39
Tabla N° 13: Depósito de Ingresos	41
Tabla N° 14: Determinación de factores externos	42
Tabla N° 15: Tasa de interés activa	43
Tabla N° 16: Tasa de interés pasiva.....	43
Tabla N° 17: Inflación	44
Tabla N° 18: Desempleo	45
Tabla N° 19: Crecimiento de la población.....	46
Tabla N° 20: Ley tributaria	49
Tabla N° 21: Innovaciones investigadas en la mipymes	53
Tabla N° 22: Sectores de zona de riesgo	54
Tabla N° 23: Matriz de impactos externo	55
Tabla N° 24: Funciones del personal	56
Tabla N° 25: Planificación.....	57
Tabla N° 26: Herramientas administrativas	58
Tabla N° 27: Comunicación y control gerencial.....	59
Tabla N° 28: Competencia.....	60
Tabla N° 29: Tecnología utilizada	61

Tabla N° 30 : Mano de obra.....	62
Tabla N° 31: Infraestructura	63
Tabla N° 32: Personal calificado	64
Tabla N° 33: Nivel académico del talento humano	65
Tabla N° 34: Motivación al personal	66
Tabla N° 35: Accidentabilidad en el trabajo	67
Tabla N° 36: Trabajo en equipo.....	68
Tabla N° 37: Lealtad y satisfacción del cliente.....	69
Tabla N° 38: Calidad del producto	70
Tabla N° 39: Participación en el mercado	71
Tabla N° 40: Costos de distribución y ventas	72
Tabla N° 41: Variedad del producto	73
Tabla N° 42: Publicidad.....	74
Tabla N° 43: Préstamos	75
Tabla N° 44: Demanda.....	76
Tabla N° 45: Capital	77
Tabla N° 46: Registros contables.....	78
Tabla N° 47: Certificados de calidad	79
Tabla N° 48: Servicios básicos	80
Tabla N° 49: Matriz PCI.....	82
Tabla N° 50: Diagrama de Pareto factores internos.....	85
Tabla N° 51: Matriz de análisis y diagnóstico externo.....	87
Tabla N° 52: Reporte final Matriz MADE	88
Tabla N° 53: Factores positivos y negativos internos de crecimiento empresarial	90

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Objetivos del crecimiento empresarial.....	9
Figura N°2: Factores económicos que pueden afectar a una empresa.....	13
Figura N° 3: Herramientas de análisis externo utilizada para.....	16
Figura N° 4: Capacidad Directiva.....	20
Figura N° 5: Capacidad tecnológica	22
Figura N° 6: Capacidad del talento Humano	22
Figura N° 7: Capacidad competitiva.....	22
Figura N° 8: Capacidad financiera.....	23
Figura N° 9: Capacidad productiva.....	24
Figura N° 10: Impuestos	50

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Direccionamiento Estratégico	36
Gráfico N° 2: Nivel educativo del propietario	37
Gráfico N° 3: Financiamiento del negocio	38
Gráfico N° 4: Expectativas del negocio	39
Gráfico N° 5: Obstáculos de crecimiento	40
Gráfico N° 6: Depósitos de Ingresos.....	41
Gráfico N° 7: Tasas de interés activa.....	43
Gráfico N° 8: Tasa de interés pasiva.....	44
Gráfico N° 9: Inflación	45
Gráfico N° 10: Desempleo Tabla 30.....	46
Gráfico N° 11: Crecimiento de la población Tabla 31.....	46
Gráfico N° 12: Funciones del personal	57
Gráfico N° 13: Planificación.....	58
Gráfico N° 14: Herramientas administrativas.....	59
Gráfico N° 15: Comunicación y control gerencial.....	60
Gráfico N° 16: Competencia	61
Gráfico N° 17: Tecnología utilizada	62
Gráfico N° 18: Mano de obra.....	63
Gráfico N° 19: Infraestructura	64
Gráfico N° 20: Personal Calificado	65
Gráfico N° 21: Nivel académico del talento humano	66
Gráfico N° 22: Motivación al personal.....	67
Gráfico N° 23: Accidentabilidad en el trabajo.....	68
Gráfico N° 24: Trabajo en equipo Tabla 49.....	69
Gráfico N° 25: Lealtad y satisfacción del cliente	70
Gráfico N° 26: Calidad del producto	71
Gráfico N° 27: Participación en el mercado	72
Gráfico N° 28: Costos de distribución y ventas.....	73
Gráfico N° 29: Variedad de productos.....	74
Gráfico N° 30 Publicidad.....	75

Gráfico N° 31: Préstamos	76
Gráfico N° 32: Demanda	77
Gráfico N° 33: Capital	78
Gráfico N° 34: Registros contables.....	79
Gráfico N° 35: Certificados de calidad	80
Gráfico N° 36: Servicios básicos	81
Gráfico N° 37: Factores que impiden el crecimiento empresarial	86

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1: Curriculum vitae del tutor.....	99
Anexo N° 2: Curriculum vitae Autor 1.....	104
Anexo N° 3: Curriculum vitae autor 2.....	105
Anexo N° 4: Árbol de problemas (causa efecto).....	107
Anexo N° 5: Encuestas aplicadas a los propietarios de las microempresas.	108

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1. Título del Proyecto:

Determinar los factores del crecimiento empresarial en las microempresas productoras de lácteos del cantón Latacunga, parroquia Mulaló

1.2. Fecha de inicio:

Martes 11 de octubre del 2016

1.3. Fecha de finalización:

El proyecto a elaborar está planificado terminarlo en dos semestres, teniendo como fecha límite agosto 2017.

1.4. Lugar de ejecución:

- **Parroquia:** Mulaló
- **Cantón:** Latacunga.
- **Provincia:** Cotopaxi zona 3

1.5. Unidad Académica que auspicia:

Facultad de Ciencias Administrativas

1.6. Carrera que auspicia

Ingeniería Comercial

1.7. Proyecto de investigación vinculado:

Vinculación del Factor de crecimiento empresarial para las microempresas productoras de Lácteos.

1.8. Equipo de Trabajo:

- Tutor:** Ing. Roberto Arias
- Estudiantes:** Gutiérrez Shigui Evelyn Nataly, Rivera Chicaiza Vilma Liliana.

1.8. Área de Conocimiento:

Administración y organización de empresas

1.9. Línea de investigación:

Administración y Economía para el desarrollo Humano y Social

1.10. Sub líneas de Investigación de las Carreras:

Estudios Organizacionales

2. RESUMEN

En nuestro país existen microempresas que son creadas empíricamente, las mismas que han generado fuentes de empleo aproximadamente el 60% de la Población Económicamente Activa (PEA) en las zonas rurales de Cotopaxi, mejorando así la calidad vida de los propietarios y sus trabajadores. Por esta razón nace la iniciativa de realizar la investigación de los factores que imposibilitan el crecimiento empresarial en las microempresas productoras de Lácteos del Cantón Latacunga, parroquia Mulaló.

El problema central identificado es el desconocimiento de los factores de crecimiento que influyen en el desarrollo de los negocios, conllevando esta situación a que los propietarios entren en una zona de confort y permanezcan estáticos sin aprovechar las oportunidades que pueden encontrar en el entorno. Para el presente proyecto de investigación se enmarco como objetivo principal determinar los factores que impiden el crecimiento empresarial partiendo de investigaciones basadas en fuentes bibliográficas veraces, fundamentando contenidos más resaltantes en cuanto al tema propuesto. La metodología que se utilizó fue el enfoque cuantitativo porque se desarrolló un análisis estadístico donde se cuantifico los resultados obtenidos en la investigación de campo, el método deductivo porque mediante la aplicación del análisis del diagrama de Pareto se pudo identificar los factores que inciden de manera negativa en el crecimiento de los negocios. Posterior a ello y mediante la aplicación de las encuestas se elaboró el diagnostico situacional con la herramienta del Perfil de Capacidad Interna conocido también por sus siglas como matriz (PCI) y análisis Político, Económico, Social, Tecnológico y Ambiental llamado también análisis (PESTA). Siendo de mayor importancia el direccionamiento estratégico, el bajo nivel tecnológico, inexistencia de publicidad, inexistencia de registros contables, inexistencia de variedad de productos, no cuentan con certificado, la mayoría de los factores que impiden el crecimiento son internos, para la elaboración del análisis de Pareto se tomó en consideración la información necesaria de 11 microempresas lácteas siendo estas nuestra fuente de información primaria.

Palabras clave: factores, crecimiento empresarial, microempresas, análisis PCI, análisis PESTA, diagrama de Pareto.

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El presente proyecto se realiza con la finalidad de investigar cuales son los factores que impiden el crecimiento empresarial en las microempresas productoras de lácteos. Y con ello otorgar pautas para q puedan alcanzar una ventaja competitiva en el mercado.

Con esta investigación se podrán obtener de cada uno de los análisis los factores más relevantes y necesarios para mejorar la situación actual que viven las microempresas de la Parroquia Mulaló. Siendo los beneficiarios directos las 11 microempresas del sector objeto de estudio y sus trabajadores.

El aporte que el proyecto busca alcanzar mediante la determinación de los factores internos y externos es proporcionar una investigación completa que ayude a los propietarios a alcanzar un crecimiento sostenible, identificando las falencias a nivel interno y externo.

El presente proyecto es novedoso debido a que se utilizaran dos herramientas que son el análisis PESTA el cual nos permite realizar un diagnóstico situacional de los factores externos como la político, económico, social y tecnológico de esta manera se podrán obtener los factores más relevantes que ayuden a las microempresas a tener un crecimiento empresarial. La segunda herramienta es el análisis del perfil de capacidad interna, conocido por sus siglas (PCI), mediante este análisis se podrán obtener los factores internos que pueden ser corregidos para un mejor desempeño.

4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

4.1. Beneficiarios directos

Los beneficiarios directos del proyecto son las 11 microempresas productoras de lácteos, los trabajadores y los clientes

4.2. Beneficiarios indirectos

En el presente proyecto se beneficiaran indirectamente 15 mil habitantes de la parroquia Mulaló. (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Mulaló, 2014)

5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En términos generales el sector productivo en el Ecuador ha evolucionado constantemente. En primera instancia, se distingue que en número, las pequeñas empresas son las que mayor presencia tienen, seguidas por las microempresas.

Entre micro y pequeñas empresas se aglomera el 83,7% de empresas en 2014, mientras que las grandes representan el 3,7% del total de empresas. En estudios realizados anteriormente por expertos en comparación con el 2009 se puede observar que la participación de las micro y pequeñas empresas ha aumentado. También se evidencia que éstas tuvieron una mortalidad de 25,5% en general. Sin embargo, la mortalidad está inversamente relacionada al tamaño de la empresa. Así, el 47,6% de microempresas existentes en 2009 perecieron en algún punto entre 2009 y 2014. Esta cifra desciende a 23,7% de las pequeñas empresas, el 14,2% de las medianas A, 9,5% de las medianas B y 8,0% de las grandes empresas (García, 2016, pp. 6-8).

Los datos revelan una noción de supervivencia empresarial sin considerar la edad o la constitución de la empresa es importante entender que las tasas de supervivencia no obstante cambian con el tiempo, en este caso tienden a descender y este comportamiento está claramente asociado con la evolución macroeconómica del país ya que al incluir las muertes, para las micro y pequeñas empresas es mayor el número de empresas que se contraen a las que aumentan su tamaño.

En Ecuador las microempresas representan una fuente importante de empleo aunque el 70 % de estas microempresas no emplean trabajadores o asistentes a parte del microempresario. Además, tienden a no crecer: y en la gran mayoría de microempresas, el empleo se genera cuando se forma y crece muy poco después. Magill (2005) menciona:

Muy pocas microempresas han aumentado el número de empleados y menos han hecho mejoras mensurables a sus negocios. Todos estos factores sugieren que la mayoría de microempresarios está operando en nichos de mercados muy limitados y altamente competitivos, por lo que su potencial para el crecimiento en las ventas y el ingreso, es limitado. (p.21)

A nivel nacional se estima que la producción lechera alcanza los 5,9 millones de litros diarios. De estos, la industria adquiere 3,9 millones de litros. En Cotopaxi se estima que la producción es de 590.000 litros por día, de los cuales, el 84% se destina a la venta. Sin embargo, desde 2010 hay una disminución en la demanda de leche que los ganaderos calculan en 15%. Los pequeños y medianos productores consideran que este problema ocurre porque se concede el

registro sanitario para la elaboración de las bebidas lácteas sobre la base del suero. Algunos productores dejaron de lado el uso de la leche, para sustituirla por el suero, que es más barato. (Chávez, 2016)

Entre las causas de que el mercado nacional esté consumiendo menos leche, estarían, por un lado, la crisis económica, que afecta el poder adquisitivo de las familias, y, por otra, algunas medidas del Gobierno, como la implementación del "semáforo" que indica el contenido de grasa, azúcar y sal en los alimentos, y que se coloca en por lo menos el 70% de los lácteos procesados. Esta medida, sostiene, habría desestimulado el consumo de lácteos en el país, pues algunos productos indican "rojo" en la cantidad de grasa, a pesar de que estudios nutricionales evidenciarían que los lácteos, en cuanto alimentos, no pueden ser considerados malos para la salud. (Calderón, 2016)

La mayoría de las microempresas en La Parroquia Mulaló son creadas de manera empírica sin un estudio previo, la situación política del Ecuador también ha afectado a este sector debido a que se exige que todos los productores lácteos deban semaforización de sus productos.

Víctor López, de la Asociación de Ganaderos de la Sierra y el Oriente, la disminución de la leche es paulatina entre los productores. El directivo indicó que el intenso sol veraniego, la escasez de pasto, forraje y la caída de ceniza los está afectando. (Maisanche, 2015)

Las microempresas tienen un crecimiento empresarial bajo debido a la inexistencia de un diagnóstico previo sobre la situación real del sector lácteo de la parroquia Mulaló, lo cual ha ocasionado una crisis económica del sector.

La mayoría de las microempresas son creadas de manera empírica es decir que no tienen el conocimiento ni la experiencia necesaria para lograr crecer en un mercado altamente competitivo, ocasionando que las mismas tengan una capacidad de supervivencia baja a comparación de las grandes empresas. (Blasquez, Dorta, & Verona. 2006. p. 44)

(Heredia, 2009) "Otra de las causa es la carencia de experiencia en la administración de empresas y en las actividades que se ha de desarrollar, ocasionando un elevadísimo riesgo para los pequeños propietarios esto se debe a la inexistencia de asesoría empresarial, es por ello que los propietarios se basan en la experiencia, lo cual conlleva a que las decisiones tomadas presenten un alto riesgo y un bajo nivel de satisfacción; es decir, dichos empresarios no tienen un alto grado de certeza en la decisión tomada.(Argotty, Hernández, Rodríguez & Romero. 2013. p. 56). Otro de los problemas que afectan particularmente a las pequeñas y medianas empresas, los cuáles pueden ser problemas de infraestructura, costos administrativos altos,

difícil acceso al financiamiento y mayor sensibilidad a las condiciones del entorno. Por otro lado, “los problemas que observa el Banco Mundial en la MIPyME es la falta de acceso al financiamiento y falta de asesoría empresarial, una deficiente administración y recursos humanos no calificados, ignorancia de oportunidades de mercado y desconocimiento de nuevas tecnologías, así como una mala organización que deriva en una producción de baja calidad. (Lacayo & García, s.f. p. 4)

Los problemas principales mencionados por los microempresarios ecuatorianos sugieren que algunos, si no la mayoría, operan en un ambiente muy competitivo con un potencial de crecimiento relativamente pequeño. La mayoría de microempresarios enfrenta un ambiente con numerosos competidores y crecimiento relativamente lento en la demanda por esta razón los dueños fijan precios bajos en sus productos. (Magill, 2005, p. 22)

Delimitación espacial.

El proyecto de investigación se llevará a cabo en las microempresas ubicadas en el cantón Latacunga, parroquia Mulaló.

Temporal.

Este estudio será ejecutado, en el periodo comprendido entre el abril-agosto del 2017

6. OBJETIVO

6.1. Objetivo General

Determinar los factores que impiden el crecimiento empresarial en las microempresas productoras de Lácteos del Cantón Latacunga, parroquia Mulaló.

6.2. Objetivo Específico

- ❖ Identificar las herramientas que permitan el estudio de los factores del crecimiento empresarial.
- ❖ Realizar el diagnóstico externo e interno mediante el análisis PEST y análisis PCI
- ❖ Establecer los factores más representativos en el crecimiento empresarial mediante el diagrama de Pareto

7. ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

Tabla N° 1: Objetivos

<p>Objetivo 1</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Establecer herramientas que permitan el estudio de los factores del crecimiento empresarial. 	<p>Actividad</p> <p>Verificar artículos confiables que aporten de manera significativa a la investigación.</p> <p>Análisis de información documental con temas similares al tema propuesto.</p>	<p>Resultado de la actividad.</p> <p>Descripción clara y entendible de conceptos de los factores internos y externos y las 3 herramientas detallados en el marco teórico.</p>	<p>Técnicas</p> <p>Análisis de documentos</p>	<p>Instrumentos</p> <p>Guía de análisis de contenido</p>
<p>Objetivo 2</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Diagnosticar la situación actual de los medios internos y externos 	<p>Actividad</p> <p>Recolectar datos de los factores internos y externos del sector lácteo mediante instrumentos y análisis PESTA Y PCI.</p>	<p>Resultado de la actividad.</p> <p>Se determinara las fortalezas, debilidades oportunidades y amenazas para el sector lácteo de Mulaló</p>	<p>Técnicas</p> <p>Encuesta</p>	<p>Instrumentos</p> <p>Cuestionario</p>
<p>Objetivo 3</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Definir los factores de crecimiento empresarial 	<p>Actividad</p> <p>Registrar la información recolectada y desarrollar el diagrama de Pareto.</p>	<p>Resultado de la actividad.</p> <p>Se obtendrá los factores más relevantes de crecimiento empresarial en el sector lácteo</p>	<p>Herramientas</p> <p>PCI</p> <p>PESTA</p> <p>DIAGRAMA DE PARETO</p>	

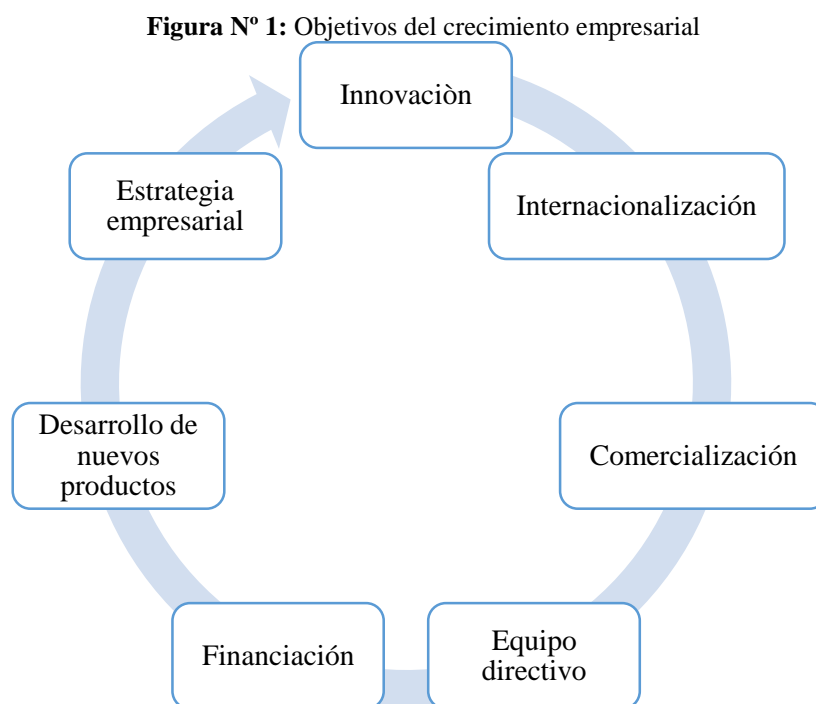
Elaborado por: Grupo de investigación

8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICO

8.1. Crecimiento Empresarial

Son cambios a los que se deben ir adaptando las microempresas con la finalidad de obtener una ventaja competitiva en el mercado es decir debe adaptarse a los cambios tecnológicos y también de su infraestructura. Iurrita (2011) afirma “El crecimiento se define por el aumento duradero de la dimensión de una unidad económica simple o compleja, realizado con cambios de estructura y eventualmente de sistema, y acompañado de progresos económicos variables. Este concepto enlaza indisolublemente con el aumento de la dimensión y con el cambio estructural”. (p.1)

8.1.1 Objetivos del crecimiento empresa



Fuente: (Menéndez 2011)

8.2. Factores

Son variables que tienen una incidencia directa o indirecta sobre las microempresas las mismas que no permiten que tengan un crecimiento empresarial elevado. Alvares, (2013) afirma. “Para el óptimo crecimiento de una empresa, hay algunos factores que un emprendedor tiene que considerar para poder mantenerse en el mercado” (p.1). Estos factores si bien tienen que ver con un tema interno y externo,

deben ser manejados adecuadamente por los directores de las organizaciones a fin de poder hacer crecer el negocio.

8.2.1. Factores interno

8.2.1.1. La edad y el tamaño

Tamaño

El tamaño de las microempresas son consideradas como un factor importante para el crecimiento empresarial debido a que si su infraestructura es grande podrá implementar otras maquinarias para ofertar mayores productos a sus clientes.

A mayor tamaño, las empresas podrán acceder a fuentes de financiación más diversificadas y en mejores condiciones, ofrecerán carreras más atractivas a su equipo de profesionales cualificados, e incluso podrán ofertar una cartera de productos más amplia y de mayor calidad con la que pueden satisfacer las necesidades de sus clientes. (Ruano, 2014)

Las empresas con una infraestructura grande podrán acceder a créditos financieros más rápido que las pequeñas debido a que las mismas manejan una rentabilidad alta y pueden ofrecer garantías de pago a las instituciones financieras.

Edad

La edad de las microempresas es importante porque los empresarios con empresas establecidas recientemente a menudo enfrentan una desventaja al tratar de conseguir acceso a las finanzas formales. Magill (2005) afirma: “La mayoría de los prestamistas, incluyendo la mayoría de las organizaciones no gubernamentales (ONGs), quieren ver que los prestatarios potenciales hayan operado con éxito una microempresa durante algún tiempo antes de tomar el riesgo de otorgarles crédito” (p. 24). Esta es la razón por la que las microempresas no pueden acceder a créditos rápidamente, además los trámites para el otorgamiento del crédito tardan en ser elaborados y aprobados.

8.2.1.2. La Motivación

Los propietarios son las personas encargadas de motivar al personal que está laborando en la microempresa, mediante este factor interno necesario se puede aprovechar los recursos ociosos como oportunidades que inducen a la empresa hacia el crecimiento.

El concepto de motivación empresarial surge a partir de la búsqueda de motivos en el ámbito de la empresa que nos inspiran a generar acciones para lograr un resultado. A través de este mecanismo (motivo, acción y resultado) encontraremos el flujo necesario para alcanzar cualquier meta en el ámbito empresarial. (Méndez, 2013, p.1)

El personal que está motivado se siente identificado con las microempresas y trabajan con esmero y responsabilidad para lograr el crecimiento de las mismas.

8.2.1.3. Comunicación Interna

Es importante que exista una buena comunicación interna entre todo el personal de la microempresa, debido a que se puede impulsar el conocimiento y el aprendizaje a través del intercambio de ideas entre todo el personal de la microempresa, logrando un trabajo más efectivo y rápido.

La comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales. (Aguilar, 2010, p.1)

El personal que está bien comunicado realiza las actividades encomendadas por sus jefes, está bien informado hacia dónde quiere llegar la microempresa y ayuda con sus conocimientos para el logro de sus objetivos.

8.2.1.4. Control Interno

Es necesario realizar un control interno para conocer si los recursos están siendo utilizados adecuadamente, con la finalidad de corregir las falencias administrativas. Servin (2016) afirma que: “Desarrollar un Control Interno adecuado a cada tipo de organización nos permitirá optimizar la utilización de recursos con calidad para alcanzar una adecuada gestión financiera y administrativa, logrando mejores niveles de productividad”. Es decir que exista una buena delegación de funciones y no existan inconvenientes en la producción. Tomando en consideración los recursos humanos tecnológicos con los que cuentan las microempresas.

8.2.2. Factores Externos

Hoy en día las empresas independientemente del tamaño buscan encaminarlas al crecimiento empresarial para lo cual es indispensable que la gerencia tome buenas decisiones para dirigir las al objetivo centrándose principalmente en factores externos que influyen de manera significativa en la actuación de los directivos mostrando así una reacción favorable u óptima ante circunstancias que ocurren a nivel externo. “Hablar de factores externos es referirse a factores económicos, sociales, políticos y tecnológicos” (Blázquez et al., 2013, p.8). “Incluyen además: proveedores, clientes, competidores, bancos, mercados, instituciones gubernamentales, medio ambiente, comunidad, legislación, economía nacional e internacional” (Dominguez, 2011, p.3).

Este análisis se lo realiza considerando los elementos ya mencionados, con el fin de conocer en que puntos existen oportunidades para el sector y también amenazas que pueden generar riesgos.

Dichos factores mencionados se pueden agrupar en:

- ❖ Factores externos relativos al entorno sectorial de la empresa conformado por: competidores, clientes y proveedores.
- ❖ Factores externos de nivel superior o macro entorno entre los que cabe citar: la demanda, las mejoras tecnológicas, la accesibilidad a créditos privados y el apoyo gubernamental, los cuales constituyen determinantes cruciales de las oportunidades y amenazas a las que una empresa se enfrentará en el futuro por sus efectos, más que evidentes, en el entorno de la misma.

8.2.2.1. Factores externos de nivel superior o macro entorno

8.2.2.1.1. Análisis político y legal

Determinar este tipo de factor es imprescindible para las microempresas ya que la intervención del gobierno en los negocios puede afectar la operación de las mismas. Cuando en los países se genera un ambiente político inestable las empresas comienzan a tener un nivel de rentabilidad bajo. Serebrenik (2010) menciona:

Particularmente en las empresas familiares su rentabilidad como responsabilidad social se ven afectadas cuando los gobiernos cambian sus políticas económicas, o en un afán populista deciden nacionalizar

empresas o cuando las economías empiezan a mostrar inestabilidad y no hay reglas de juego claras para su desarrollo y continuidad. (p.1)

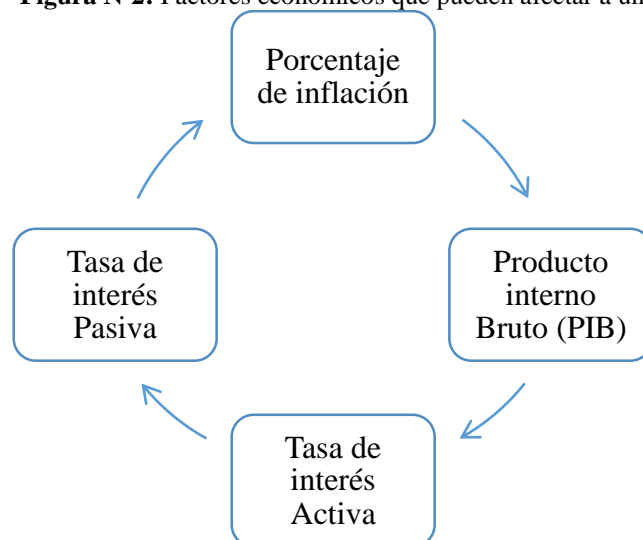
La estancia de las microempresas en el mercado es muy limitado ya que debe competir con empresas que le superan en tamaño, activos, número de empleados, en infraestructura etc. Por esta razón se ven afectadas por varias reformas políticas dentro de ello interviene, las leyes, dependencias del gobierno, normas sanitarias, las normas ISO, las organizaciones de defensa del consumidor.

El gobierno afecta prácticamente a todas las empresas y todos los aspectos de la vida. En cuanto a lo referente a los negocios, desempeña dos papeles principales: los fomenta y los limita. Cabe hacer mención que el gobierno también es uno de los mayores clientes, porque compran bienes y servicios que ofertan las empresas.

8.2.2.1.2. Análisis Económico

A nivel general hablar de factores económicos en el país, es enfatizar la situación real de un estado ya que tanto empresas como consumidores pueden generar un nivel de confianza y a través de ello pueden estimular el crecimiento o desarrollo del mismo, esto significa que si el país se encuentra en tiempos de recesión los consumidores empiezan a limitar sus compras y a renunciar diferentes artículos que no se constituyen necesarios para su subsistencia y por esta razón las empresas disminuyen su producción, su contratación, su innovación etc. Ortiz (2014) define: “Los factores económicos son actividades que tienden a incrementar la capacidad productiva de bienes y servicios de una economía, para satisfacer las necesidades socialmente humanas” (p.1).

Figura N°2: Factores económicos que pueden afectar a una empresa



Fuente: (Tomas, 2014)

8.2.2.1.3. Análisis Social

Las empresas atraviesan un sinnúmero de situaciones en cuanto a aspectos y modelos culturales así también a características demográficas de una sociedad. Se dice que los negocios son creados para satisfacer necesidades y exigencias de sus clientes, razón por la cual, éstas enfrentan cambios en el entorno y resulta necesario adaptarse e incluso generar estrategias en torno al ambiente externo.

Entre los principales factores sociales se encuentran inmersos, los cambios en las actitudes, gustos, preferencias, hábitos, valores y creencias de las personas sobre lo que necesitan consumir; los cambios en la forma de vida en las grandes ciudades, en los poblados, en el campo; la cantidad de jóvenes, niños, ancianos, y de hombres y mujeres que conforman la población, etc., modifican los hábitos de compra y de consumo. (López, et al., 2012)

8.2.2.1.4. Análisis Tecnológico

En sentido amplio la tecnología significa la utilización de la ciencia en relación a los procesos productivos razón por la cual se considera un factor determinante en la capacidad competitiva de la empresa.

La aparición de innovaciones técnicas en el mercado, tanto de producto como de procesos, van a permitir a las compañías ser más o menos eficientes, de modo que los factores tecnológicos de una empresa se convierten en un gran diferenciador corporativo a la hora de enfrentarse a la competencia. Tendrá mayores posibilidades de éxito una empresa que haya integrado un nuevo software que le permite agilizar el servicio de distribución (reduciendo costes y mejorando la satisfacción del cliente) que otra cuya tecnología se haya quedado obsoleta. (Escuela Europea management, 2016, p.1)

La tecnología hoy en día es imprescindible ya que la ciencia lo proporciona y ella lo usa, resultando beneficiosa para una organización en varios aspectos por ejemplo: mayor productividad, estándares más altos de vida e incremento en la variedad de productos estas variables resultan muy útiles para maximizar su capacidad de producción y tornarse más productivos que la competencia externa.

8.2.2.1.5. Análisis ambiental

Son factores que se debe considerar antes de establecerse como negocio y a un más después de constituirse porque pueden tornarse negativos y dificultar el buen desarrollo del negocio, empresa, asociación etc.

Torreblanca (2014) afirma. “Son aquellos que definen el impacto natural que podamos tener en nuestros procesos productivos y comerciales, determinando en qué medida afectan a nuestra imagen como empresa y marca” (p.1).

Por lo tanto se debe considerar el entorno en el que se desarrollara como empresa es imprescindible verificar si el lugar donde se establece es factible para la actividad o visualizar riesgos con anterioridad.

8.2.3. Análisis PESTA

Esta herramienta permite analizar los factores externos, para definir el contexto de un negocio a través del análisis de diferentes factores externos. Este tipo de análisis se puede realizar en cualquier tipo de empresas sin importar su actividad económica.

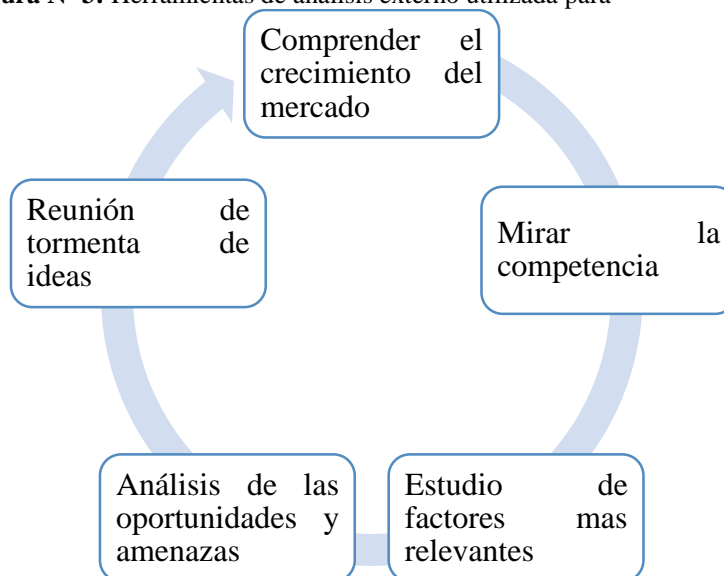
El análisis PESTA es una herramienta de gran utilidad para comprender el crecimiento o declive de un mercado, y en consecuencia, la posición, potencial y dirección de un negocio. Es una herramienta de medición de negocios. PESTA está compuesto por las iniciales de factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos, utilizados para evaluar el mercado en el que se encuentra un negocio o unidad. (Chapman, 2004)

Mediante este análisis podremos conocer exactamente los factores que son negativos para el crecimiento empresarial. Estos factores por lo general están fuera del control de las empresas y pueden surgir como amenaza u oportunidad. Muchos de estos factores son específicos de un país, región, localidad, sector, estos a su vez son ilimitados y en la práctica las organizaciones son las que determinan su importancia de acuerdo al grado de influencia en su sector o en su actividad. Ruiz (2012) “PESTA es un acrónimo de los factores: Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos del contexto” (p.1). Dentro de estos surgen

varios indicadores mencionados anteriormente que deben ser analizados y establecidos cuidadosamente y con ello verificar específicamente que factores afectan positiva o negativamente al crecimiento empresarial.

8.2.3.1. ¿Para qué sirve el análisis PESTA?

Figura N° 3: Herramientas de análisis externo utilizada para



Fuente: (García, Olavarria, León y Gualpa, 2012)

8.2.3.2. Ventajas del análisis PESTA

Una de las herramientas más útiles en estudios del macro ambiente que presenta una serie de ventajas que requiere de detalles específicos de factores externos para lograr mejores resultados a lo largo de la investigación.

La metodología de este análisis es bastante fácil se adapta a situaciones particulares del lugar de estudio considerando principalmente las necesidades que se encuentran inmersas en el sector y así delimitar condicionantes en su desarrollo es decir (qué factores) relevantes influyen en el entorno empresarial. Guevara (2014) menciona las siguientes ventajas:

- ❖ Es una herramienta simple, no requiere un mayor nivel de formación para emplearla, en él se identifican, investigan y analizan factores externos que podrían afectar a la organización.
- ❖ Ofrece una amplia riqueza de información que ayuda a entender el crecimiento o declive de un mercado o sector, y en consecuencia, la posición potencial y dirección de un negocio.
- ❖ Ayuda a identificar la realidad política, social, económica, tecnológica, que puede afectar a los negocios; lo que, a su vez, permite que los dueños estén conscientes y en condiciones de prever, en cierto modo, los cambios.
- ❖ Permite contextualizar la problemática de los negocios actuales y, a su vez, vislumbrar las posibles alternativas de nuevos negocios, tratando de romper la idiosincrasia de “copiar el negocio del vecino, ya que a este le va bien”, y dejar de aplicar solamente la intuición para determinar posibles estrategias de crecimiento.
- ❖ Si se tiene acceso a las suficientes fuentes de información, puede hacerse en muy poco tiempo. (pp. 86-87)

8.2.3.3. Desventajas del análisis PESTA

- ❖ Existen otras herramientas que permiten acceder a una información igual y que son relativamente simples.
- ❖ Si no se define claramente los objetivos no se tienen en cuenta cuando parar de recoger información.
- ❖ No ofrece caminos para planear estrategias (aunque se puede observar puntos clave que lo dirigen (Ingrid, 2011).

8.2.3.4. Condiciones necesarias para la aplicación de la PESTA

- ❖ Durante la recopilación de información surge una gran cantidad de datos importantes en su mayoría de fuentes externas y requieren ser constantemente actualizadas o recientes por lo tanto este análisis demanda tiempo y recursos.
- ❖ Los factores de este análisis son dinámicos y cambian rápido por ello es necesario priorizarlos en un rango de importancia (mayor o menor) y definir como pueden afectar el presente y futuro del negocio.

- ❖ Es necesario hacer una lista significativa de los factores que pueden afectar al negocio ya que si no se lo realiza de manera exhaustiva la investigación no tendrá ninguna relevancia para el negocio o empresa.
- ❖ Es importante considerar la temporalidad de la información obtenida, tras la aplicación de la herramienta, ya que su alcance se limita al momento específico de la toma de información. Guevara (2014)

8.2.3.5. Como se realiza el Análisis PESTA

- ❖ En primer lugar se presenta un análisis de posibles oportunidades y amenazas que se puedan encontrar en el ambiente externo de la empresa o negocio.
- ❖ Luego se analiza de manera individual cada elemento que compone el macro entorno entre ellos se encuentra el político, económico, social y tecnológico.
- ❖ Posteriormente se elabora un listado de todas las variables que podrían afectar al negocio ya sea de manera positiva o negativa; los factores presentados serán identificados y calificados en base al conocimiento y experiencia de los gerentes o propietarios.
- ❖ La calificación para estas variables será del 0 al 5, representando el 0 menor influencia y 5 el de mayor influencia.
- ❖ Cada uno de los calificadores, distribuye 10 puntos entre la lista de variables identificadas. Después se obtiene el puntaje total de cada variable sumando horizontalmente los puntajes asignados a cada una de ellas, luego se realiza un promedio de la suma del total de las variables, para poder obtener una ponderación la cual implica dividir el total de cada variable por el promedio de estas.
- ❖ Finalmente las variables con una ponderación o calificación mayor a 1 son los factores de mayor impacto para el negocio. Estas variables son analizadas dentro del Modelo PESTA para determinar si afectan de manera positiva o negativa dentro del negocio. (Sandoval, 2012)

Otra manera de realizar el análisis PESTA:

- ❖ Se elabora la lista de factores en cada dimensión.
- ❖ Para ello, se sugiere el uso de guías para analizar cada uno de los factores, donde se encuentran algunas preguntas de ejemplo para realizar el listado y priorización de las mismas.

- ❖ Así mismo, los participantes pueden realizar una lluvia de ideas y luego se realiza la decantación y priorización de los factores más relevantes o significativos para las microempresas. (Ruiz, 2012, p.1)

Tabla N° 2: Preguntas de ejemplo Matriz PESTA

❖ ¿Qué nuevas leyes y reglamentos del gobierno?	❖ ¿Cómo afectan las demandas del sector laboral al sector?
❖ ¿Qué incentivos podría otorgar el gobierno?	❖ ¿Cómo ha asimilado el sector el cambio de tecnologías?
❖ ¿Cuáles son las principales tendencias económicas?	❖ ¿Qué tecnologías pueden tener un impacto disruptivo en el sector lácteo?
❖ ¿Cómo afecta un aumento de la inflación, desempleo en el sector etc.?	

Fuente: (Ruiz, 2012)

8.2.4. Análisis del Perfil de Capacidad Interna (PCI)

Mediante el análisis PCI se pudo identificar las debilidades y fortalezas internas de las microempresas para lo cual se debe analizar la capacidad directiva, competitiva, financiera, tecnológica y talento humano.

El perfil de capacidad interna también conocido por sus siglas (PCI) es un medio para evaluar las fortalezas y debilidades de la compañía en relación con las oportunidades y amenazas que le presenta el medio externo. Es una manera de hacer el diagnóstico estratégico de una empresa involucrando en él todos los factores que afectan su operación corporativa. (Serna, 2008, p.1).

Mediante este análisis se podrán tomar decisiones correctivas en las falencias detectadas con lo cual las microempresas podrán tener un crecimiento empresarial.

8.2.4.1. De qué trata la matriz PCI.

Se trata de un análisis a los factores encontrados a nivel interno que se torna como fortaleza o debilidad a través de una ponderación de nivel bajo, medio o alto. Buitrago (2014) menciona que para lograrlo se inicia por:

- ❖ Elaborar un diagnóstico por cada área funcional en la estructura organizacional.

- ❖ Cuando la empresa es muy grande se puede hacer un diagnóstico por muestreo.
- ❖ Cuando la empresa es pequeña se puede hacer participar a todos los integrantes del área o áreas a diagnosticar.
- ❖ Se puede utilizar método de entrevista o encuesta.
- ❖ Con la información recopilada elaborar la matriz de PCI. (pp. 2-3)

8.2.4.2. ¿Cómo elaborar una matriz de PCI?

La matriz de PCI se elabora teniendo en cuenta los siguientes pasos según Buitrago (2014):

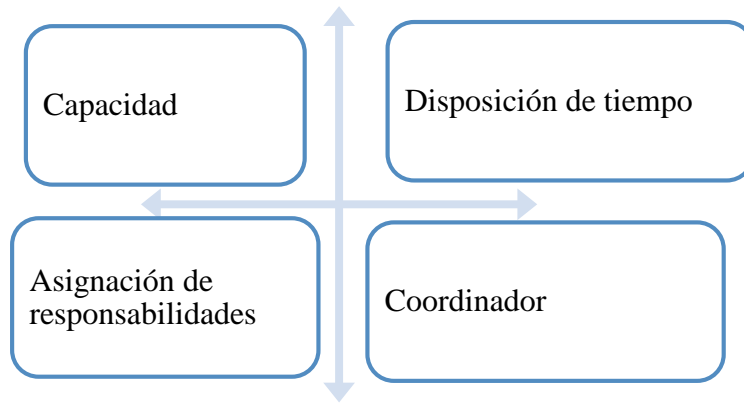
- ❖ Se elaboran cuatro columnas distribuyendo la primera para los elementos encontrados la segunda para las fortalezas, la tercera para las debilidades y la cuarta para el impacto.
- ❖ Las columnas dos, tres y cuatro se subdividen cada una en tres columnitas para la calificación de alto, medio y bajo.
- ❖ En las filas se acomodan los elementos encontrados en el diagnóstico.
- ❖ Se procede a calificar los elementos encontrados dándoles la escala dependiendo de si es fortaleza o debilidades.
- ❖ Se procede a valorar el impacto que genera en la empresa.
- ❖ Se interpreta y analiza el resultado de la matriz. (pp. 3-4).

8.2.4.3. Categorías del análisis PCI:

- ❖ La capacidad directiva.
- ❖ La capacidad competitiva (de mercadeo).
- ❖ La capacidad financiera.
- ❖ La capacidad tecnológica (productiva).
- ❖ La capacidad de talento humano.

8.2.4.3.1. Capacidad directiva

Figura N° 4: Capacidad Directiva

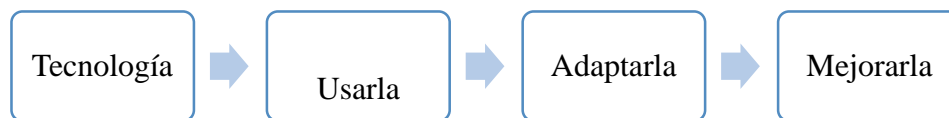


Fuente: (Team, 2015)

Es la capacidad que tiene una persona para realizar una delegación, estructura jerárquica, disposición de tiempo por parte de la dirección para planificar y abordar nuevas actuaciones, claridad en la asignación de responsabilidades, nivel de coordinación entre responsables, capacidad para atender situaciones extraordinarias.

8.2.4.3.2. Capacidad tecnológica

Figura N° 5: Capacidad tecnológica

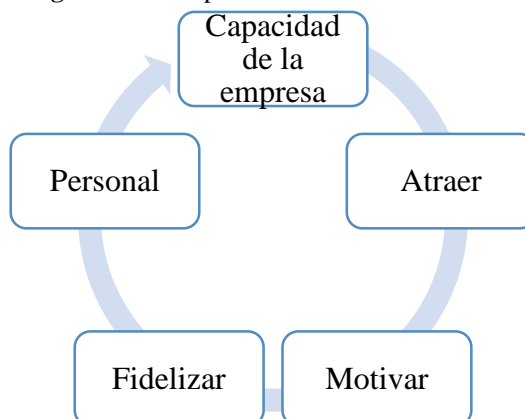


Fuente: (Vásquez, 2006)

Es la capacidad de poder tener una visión general de los elementos tecnológicos en el mercado, calcular su valor, seleccionar qué tecnología específica se necesita, usarla, adaptarla y mejorarla y al final desarrollarla. Esta capacidad la pueden tener tanto productores directos (agricultores, trabajadores), como responsables de tomar decisiones en empresas.

8.2.4.3.3. Capacidad del talento humano

Figura N° 6: Capacidad del talento Humano

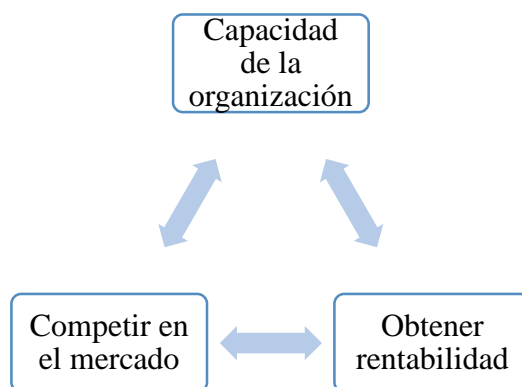


Fuente: (Reyes, 2013)

Es la capacidad de las empresas para atraer, motivar, fidelizar y desarrollar a los profesionales más competentes, más capaces, más comprometidos y sobre todo de su capacidad para convertir el talento individual, a través de un proyecto ilusionante, en Talento Organizativo.

8.2.4.3.4. Capacidad competitiva

Figura N° 7: Capacidad competitiva

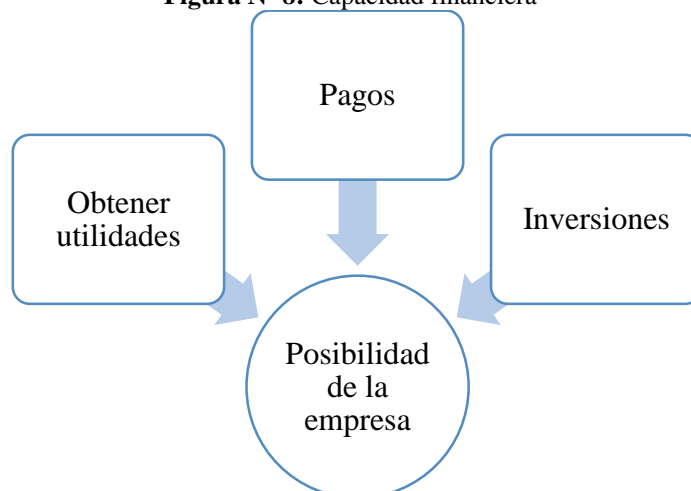


Fuente: (Ávalos, 2009)

Es la capacidad que tiene una organización para operar y crecer rentablemente, es decir puede crear valor para sus propietarios, en un mercado donde operan competidores exitosos y lograr un crecimiento frente a la competencia.

8.2.4.3.5. Capacidad financiera

Figura N° 8: Capacidad financiera

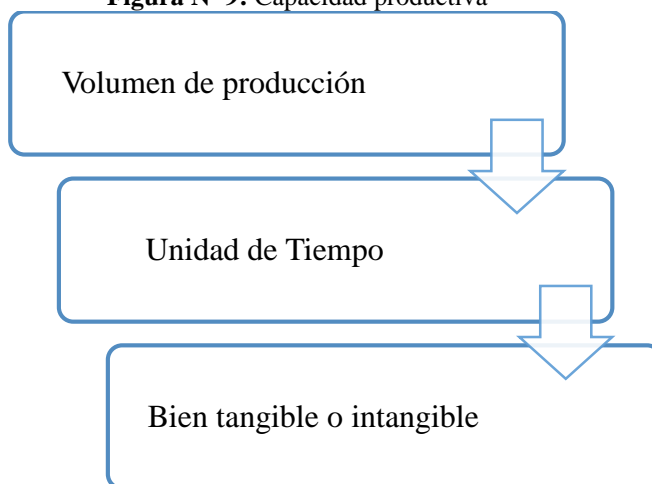


Fuente: (Leal; Gonzáles & Herrera, 2013)

Capacidad financiera son aquellas posibilidades que tiene la empresa para realizar inversiones o bien pagos en determinado tiempo siendo estos en corto, mediano y largo plazo con el fin de lograr objetivos de crecimiento y desarrollo, buscando obtener utilidades en sus operaciones del día a día.

8.2.4.3.6. Capacidad productiva

Figura N° 9: Capacidad productiva



Fuente: (Betancourt, 2016)

La capacidad es definida como el volumen de producción recibido, almacenado o producido sobre una unidad de tiempo, siendo producción el bien que produce la empresa, ya sea intangible o no.

8.2.4.4. Calificación de la matriz PCI

El perfil de fortalezas y debilidades, se representa gráficamente mediante la calificación de la fortaleza o debilidad con relación a su grado en la escala de Alto (3), Medio (2), y Bajo (1), para luego ser valorada con respecto a su impacto en la escala de Alto (A), Medio (M), y Bajo (B). Cada empresa es distinta, por

lo tanto, las preguntas que se formulan, están realizadas de acuerdo con las características que la empresa ha encontrado relevantes. (Serna, 2015)

Son altos los costos de transporte por recibos de insumo y despacho de productos									
Es eficiente el sistema de producción usado									
Son altos los costos de producción									
Cuenta con todos los servicios básico para la producción									

Fuente: (Amaya, 2008)

8.2.5. Diagrama de Pareto (80/20)

Es una técnica-gráfica muy sencilla de elaborar, resulta muy útil para ordenar elementos e identificar factores que ocasionan mayores problemas es decir muestra con claridad cuáles son los puntos defectuosos que se debe priorizar. Fukui et al. (2003) afirma:

Este tipo de diagrama fue bautizado por el Dr. Joseph M. Juran, debido a su similitud con el trabajo que Vilfrido Pareto realizó en el Siglo XIX, sobre la distribución económica irregular según el cual postuló que el 80 por ciento de la riqueza de una nación está en manos del 20 por ciento de su población. A este principio se le conoce a veces como la regla del 80-20. (p. 51-52)

La herramienta es utilizada actualmente por varias empresas en ámbitos de calidad, esto no determina que su uso sea limitado por el contrario el Dr. Juran afirma que a fines de la década de los 40 la aplicación de esta herramienta se trataba de un principio de carácter universal.

8.2.5.1. Como construir el diagrama de Pareto

Paso 1: Clarifique los elementos relacionados con el problema y reúna datos acordes.

Paso 2: elaborar una hoja de recolección de datos que incluyan los elementos y sus frecuencias (se puede basar en los instrumentos utilizados en la investigación).

Paso 3: Elaborar una hoja de cálculo con todos los datos obtenidos para realizar el diagrama de Pareto donde conste todos los elementos, calcular sus totales individuales, los % acumulativos.

Paso 4: Ordenar los elementos en relación al número de frecuencia y arrastre la formula en los diferentes campos.

Paso 5: posteriormente se construye el diagrama de Pareto con los datos de la hoja: 1) Trace dos ejes verticales- gradué el eje vertical con una escala del 0% al 100%. 2) Trace un eje horizontal. Construya un diagrama de barras dividiendo el eje horizontal en el número de elementos clasificados. 3) Trace la curva acumulativa (curva de Pareto).

Paso 6: De formato al gráfico e interprete los resultados acorde a su investigación. (Fukui et al. 2004)

9. PREGUNTA CIENTÍFICA

¿Qué factores impiden el crecimiento organizacional en las microempresas del sector lácteo?

Para determinar los factores que no permiten que las microempresas lácteas tengan un crecimiento sostenible fue necesario la utilización de un cuestionario que esta validado mediante el alpha de cronbach luego se elaboró el diagrama de Pareto que nos permite conocer en un orden jerárquico los factores negativos. (Ver el gráfico N° 37)

10. METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL:

10.1. Enfoque

El presente trabajo de investigación tiene enfoque cuantitativo, la razón principal es porque se hará uso de la estadística para cuantificar los resultados. Hernández, Fernandez y Baptista (2003) afirma:

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. (p.10)

A partir de ello se conseguirá determinar estadísticamente factores que inciden en el crecimiento empresarial de las microempresas además esta investigación está compuesta por un diagnostico donde se identificara anomalías tanto internas como externas.

10.2. Métodos

Deductivo.- Se basa en la observación de diversos sucesos reales para llegar a una conclusión general de fenómenos en estudio los cuales se tornan importantes ya que permiten realizar un informe con detalle de los principales factores y la incidencia.

Inductivo.- Mediante la aplicación de este método se identificará las oportunidades y amenazas que pueden incidir de manera positiva o negativa a las microempresas lácteas de la parroquia Mulaló.

Analítico: Con la aplicación del método analítico se podrán analizar e interpretar cada una de las preguntas que consta en el cuestionario de esta manera se podrán identificar las falencias que tiene este sector, para luego brindar alternativas al sector para que puedan alcanzar un crecimiento empresarial.

Bibliográfico: Este método será utilizado para la investigación en diferentes medios tales como, artículos científicos, libros virtuales, repositorios para tener una información confiable en el proyecto investigativo y poderle dar una sustentación sólida y efectiva.

10.3. Fuente

Primarias: Se obtendrá información directa de los propietarios de las 11 microempresas lácteas de Mulaló, a través de la aplicación de la encuesta con la finalidad de determinar factores relevantes en el crecimiento empresarial.

Secundarias: Porque se realizara una búsqueda de información en libros, revistas indexadas, artículos científicos, proyectos de investigación de varios autores, páginas web, cuya información fue útil para la sustentación y desarrollo del Marco Teórico.

10.4. Técnica

Encuesta: Es una técnica utilizada para la recolección de datos ya que permite estructurar y cuantificar datos para luego generalizar los resultados de una población. En la presente investigación se recolectara información fundamental seleccionando la información de interés mediante su instrumento de recogida de datos (cuestionario).

Entrevista: Mediante esta técnica se podrá obtener información exacta de los factores externos que afecta a las microempresas de la parroquia Mulaló.

10.5. Instrumento

El cuestionario consta de 6 secciones que están compuestas por preguntas dirigidas a las 11 microempresas productoras de lácteos de la parroquia Mulaló que constituye el objeto de estudio de donde se obtendrá datos relevantes para el proyecto de investigación puesto

que se pretende conocer en primera instancia la situación real de este tipo de empresas y lograr un diagnóstico efectivo.

El instrumento seleccionado está basado en preguntas de la herramienta que se utilizara además ha sido aplicado con anterioridad en varias investigaciones como MacDonald's, Coca Cola, Fedenplast de Bogotá, ferretería Iván Ramírez. Donde se han realizado temas de investigación similares por varios autores. Por lo tanto se constata su validez para la aplicación en el presente estudio. (Ver Anexo 5)

10.6. Análisis Estadístico

Se obtendrá datos mediante la aplicación del cuestionario a las 11 microempresas productoras de lácteos de la parroquia Mulaló las mismas que serán tabuladas en el programa SPSS después se calculará el Alpha de Cronbach con la finalidad de validar el instrumento a utilizar, luego serán analizadas e interpretadas para obtener datos para la elaboración de la Matriz PCI y finalmente se desarrollarán las conclusiones y recomendaciones referentes al estudio realizado.

11. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

11.1. Análisis externo

11.1.1. Antecedentes históricos de las microempresas

La parroquia es una de las principales zonas de industrialización de la leche ya que en la provincia se cuenta con alrededor de 160 microempresas queseras de las cuales 25 se encuentran en la parroquia lo que representa el 25% a nivel provincial, en donde se procesa alrededor de 38000 litros diarios de leche, de los cuales se procesan la leche producida en el sector rural en general de la parroquia alrededor de 2000 litros más 1800 litros aproximadamente de otros sectores rurales fuera de la parroquia, obteniendo aproximadamente la siguiente producción.

Las 25 microempresas producen diariamente 9240 quesos, generando empleo a un número aproximado de 115 personas, los mismos que se desglosan por sectores.

Tabla N° 4: Número de microempresas en Mulaló

#	Nombre de la microempresa	Número de litros de leche procesados al día	Productos / Cantidad	Número de trabajadores
MULALÓ CENTRO				
1	Lácteos Latacunga (Gonzalo Romero Álvares)	1200	275	3
2	Lácteos PATOLAC (Patricio Calvache)	1500	300	4
3	Lácteos San Enrique (Enrique Bombon)	4000	800	7
4	Lácteos el Marqués (Gonzalo Romero Castillo)	1500	400	5
5	Lácteos Primavera (Juana Calvache)	1200	300	4
6	Lácteos Cotopaxi (Gonzalo Tapia)	800	800	5
EL ROSAL				
7	Lácteos FRILAC (Hugo Freire)	4000	1000	5
8	Lácteos JR (José Rocha)	2500	500	5
9	Lácteos San Jorge JC (Jorge Catota)	1500	375	5
10	Lácteos Sara	600	175	3
11	Lácteos JC (Jorge Catota)	700	150	5
JOSÉ GUANGO ALTO				
12	Lácteos la Carolina	1200	300	6
13	Lácteos Anahí Belén (Fausto Chimborazo)	1200	300	4
14	Lácteos Alberto Martínez	800	275	4
15	Lácteos Carlota Ávila	500	200	3
16	Lácteos Patricio Zapata	800	250	4
17	Lácteos Ramiro Cumbagin	500	150	3
18	Lácteos Carlos Guano	2500	850	7
RUMIPAMBA DE ESPINOZAS				
19	Lácteos MS la purísima (Fernanda Calala)	1800	540	5
20	Lácteos Rumipamba (Manuel Taipicaña)	3000	800	6
SALATILIN				
21	Lácteos San Luis (Luis Iza)	2000	500	5
22	Lácteos Santa Martha (Edgar Guano)	1100	300	5

Fuente: Plan Territorial de Mulaló

11.2. Validación Alpha de Cronbach

Tabla N° 5: Resumen de datos validados

	N	%
Valido	11	100,0
Casos Excluido ^a	0	,0
Total	11	100,0

Elaborado por: Grupo de investigación

Tabla N° 6: Alpha de Cronbach

Estadística de fiabilidad

Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,766	,745	7

Elaborado por: Grupo de investigación

Tabla N° 7: Preguntas validadas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Capacidad directiva	97,9091	46,291	,374	,851	,758
Capacidad tecnológica	101,4545	53,273	,174	,807	,782
Capacidad competitiva	97,0909	35,891	,845	,829	,656
Capacidad financiera	101,1818	46,564	,512	,886	,741
Capacidad productiva	103,8182	53,164	,259	,790	,777
Capacidad talento humano	97,3636	43,655	,646	,939	,717
Suma	54,6364	17,655	,978	,984	,641

Elaborado por: Grupo de investigación

El Alpha de Cronbach es una medida de fiabilidad utilizada para la validación de instrumentos como cuestionarios, entrevistas, fichas de observación etc. En el presente estudio y acorde a datos recopilados de cada microempresa objeto de estudio se ha obtenido un porcentaje del 76% esto representa una confiabilidad de aplicación del mismo ya que en su escala de ponderación, el 0.70% resulta aceptable además este valor es suficiente para garantizar la fiabilidad de la escala y mientras más cercanía tenga a 1 más apta es su utilidad. A través de la validación del instrumento se pudo dar continuidad a la investigación porque se puede constatar la veracidad de los análisis y posteriormente aplicar las herramientas que ayuden a la determinación de los factores que impiden el crecimiento de las microempresas productoras de lácteos.

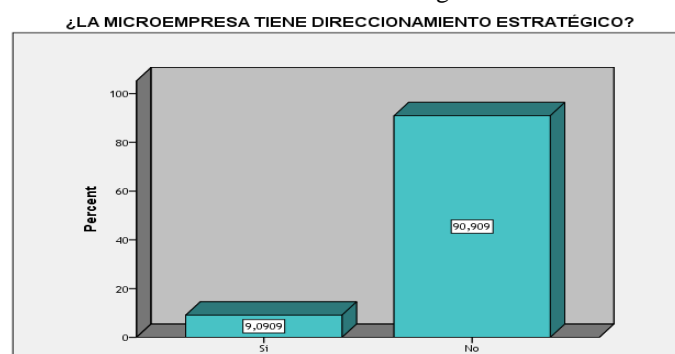
11.3. Tabulación de datos

Tabla N° 8: Direccionamiento Estratégico

¿LA MICROEMPRESA TIENE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Si	1	9,1	9,1	9,1
	No	10	90,9	90,9	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 1: Direccionamiento Estratégico



Fuente: Investigación de campo

Interpretación: De las 11 microempresas encuestadas 10 de ellas no tienen direccionamiento estratégico (misión, visión, valores corporativos y objetivos) el cual representa el 90.9%, mientras que el 9.09% que representa una microempresa posee direccionamiento estratégico, la misma que se ha mantenido durante los 22 años desde su constitución.

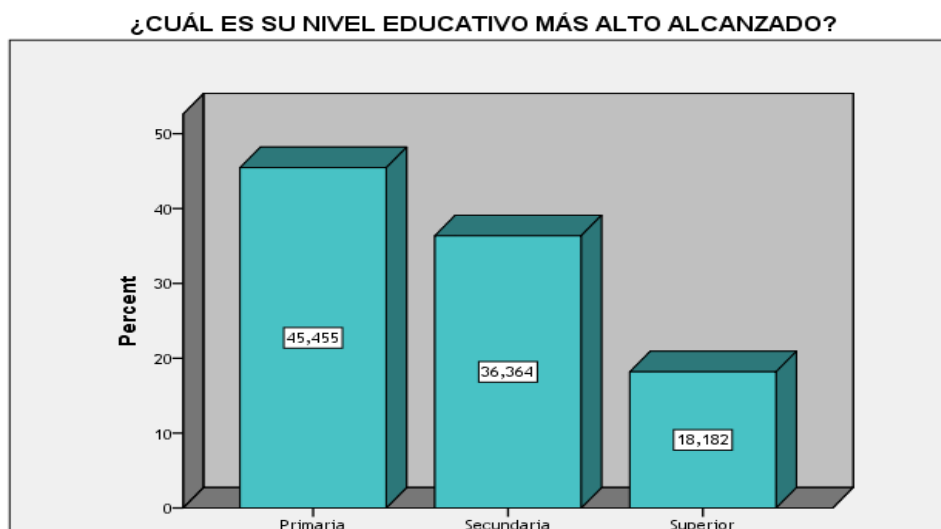
Análisis: Mediante la tabulación de las encuestas se pudo identificar que el sector lácteo de Mulaló posee una **debilidad** en el direccionamiento estratégico debido a que la mayoría de las microempresas no la posee.

Tabla N° 9: Nivel educativo del propietario

¿CUÁL ES SU NIVEL EDUCATIVO MÁS ALTO?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Primaria	5	45,5	45,5	45,5
	Secundaria	4	36,4	36,4	81,8
	Superior	2	18,2	18,2	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 2: Nivel educativo del propietario



Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

El nivel educativo más alto que han obtenido los 11 propietarios de las microempresas es la primaria con el 45,45% que corresponde a cinco personas, seguido del 36,36% con una participación de cuatro personas, dentro del nivel educativo superior se destacan dos dueños, uno de ellos con el título de licenciado y otro con el título de ingeniero el mismo que representa al 18,18%.

Análisis:

El nivel educativo de los propietarios de las microempresas en la parroquia Mulaló es una **debilidad** porque la mayoría de las personas manifestaron que mientras más preparados estén podrán dirigir de mejor manera las microempresas para que tengan un crecimiento alto.

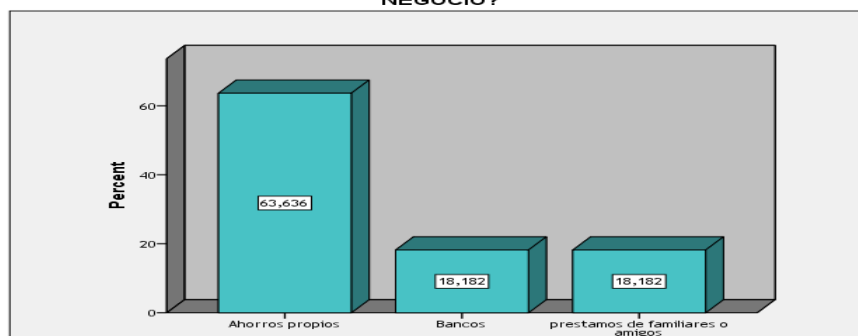
Tabla N° 10: Financiamiento del negocio

¿EN LA ACTUALIDAD DE DONDE OBTIENE EL FINANCIAMIENTO PARA SU NEGOCIO?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Ahorros propios	7	63,6	63,6	63,6
	Bancos	2	18,2	18,2	81,8
	Prestamos de familiares o amigos	2	18,2	18,2	100,0

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 3: Financiamiento del negocio

¿EN LA ACTUALIDAD DE DONDE OBTIENE EL FINANCIAMIENTO PARA SU NEGOCIO?



Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

Para el financiamiento del negocio la mayoría de los propietarios utilizaron sus propios ahorros el mismo que representa el 63.6% que son siete propietarios, mientras que dos de ellas mencionan haber realizado préstamos en diferentes entidades financieras para poder financiar la creación de la microempresa el cual representa el 18.2% y otras dos han obtenido préstamos de amigos y familiares para poder iniciar este negocio el mismo que representa el 18.2%.

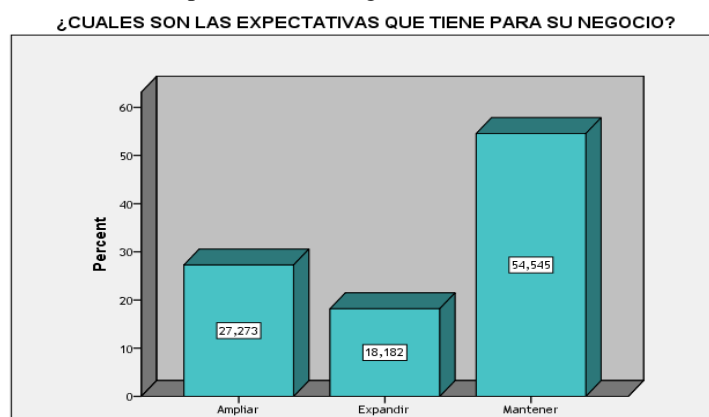
Análisis:

Mediante la interpretación de los resultados se pudo deducir que el financiamiento para la creación de las microempresas del sector lácteo de Mulaló es una **oportunidad** debido a que la mayoría de ellas no tienen deudas en las entidades bancarias por lo que la tasa de interés activa no les perjudica.

Tabla N° 11: Expectativas del negocio

¿CUALES SON LAS EXPECTATIVAS QUE TIENE PARA SU NEGOCIO?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Ampliar	3	27,3	27,3	27,3
	Expandir	2	18,2	18,2	45,5
	Mantener	6	54,5	54,5	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 4: Expectativas del negocio

Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

De las 11 microempresas encuestadas el porcentaje más alto es el 54.5% que corresponde a seis dueños ellos mencionan que la expectativa que tiene es mantener la microempresa como esta hasta ahora, mientras tanto tres de ellas están dispuestas a ampliarlo debido a que sus clientes les sugieren diversidad de productos esto representa el 27,3% y el 18.2% que son dos propietarios han pensado en expandir su negocio es decir crear nuevas sucursales para la producción de lácteos en diferentes lugares del país.

Análisis:

Las expectativas que tienen los propietarios para la microempresa es una **amenaza** ya que la mayoría solo piensan en mantenerse como están y no crecer más, esto se debe a la gran competencia que tienen en el sector y los gastos que conlleva en ampliarla o expandirla.

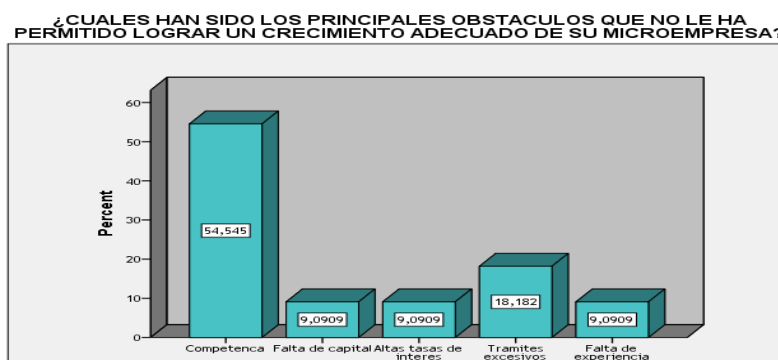
Tabla N° 12: Obstáculos de crecimiento

¿CUALES CONSIDERA QUE HAN SIDO LOS PRINCIPALES OBSTÁCULOS QUE IMPIDEN EL CRECIMIENTO ADECUADO DE SU MICROEMPRESA?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Competencia	6	54,5	54,5	54,5
	Falta de capital	1	9,1	9,1	63,6
	Altas tasas de interés	1	9,1	9,1	72,7
	Tramites excesivos	2	18,2	18,2	90,9
	Falta de experiencia	1	9,1	9,1	100,0

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 5: Obstáculos de crecimiento



Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

El principal obstáculo que los propietarios de las 11 microempresas encuetadas han tenido para no crecer ha sido la competencia con el 54.5% que representa a seis propietarios porque las mismas se encuentran una cerca de la otra, mientras que dos microempresas que representa el 18.2% consideran que los trámites excesivos que deben realizar para obtener los permisos de funcionamiento impiden que las mismas crezcan y el 9.1%, de los propietarios aseguran que la falta de capital, las altas tasas de interés y la falta de experiencia limitan su evolución.

Análisis:

La competencia en el sector lácteo es una **amenaza** para las microempresas debido a que no pueden tener un crecimiento rápido y no pueden competir con otras empresas que ya se encuentran posicionadas en el mercado como lo es el Ranchito, Tanilac entre otras.

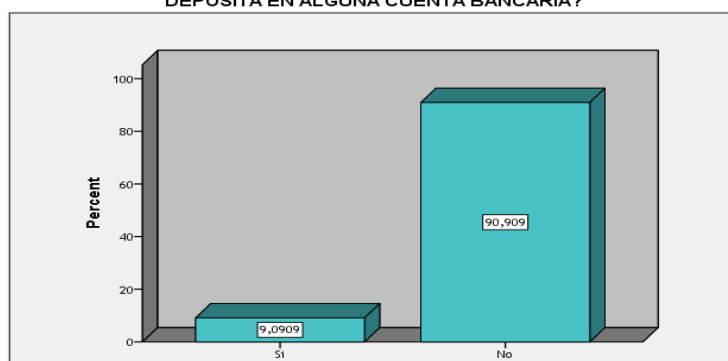
Tabla N° 13: Depósito de Ingresos

¿LOS INGRESOS QUE ADQUIERE POR LA VENTA DE SUS PRODUCTOS LO DEPOSITA EN ALGUNA CUENTA BANCARIA?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Si	1	9,1	9,1	9,1
	No	10	90,9	90,9	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 6: Depósitos de Ingresos

¿LOS INGRESOS QUE ADQUIERE POR LA VENTA DE SUS PRODUCTOS LO DEPOSITA EN ALGUNA CUENTA BANCARIA?



Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

De acuerdo al análisis de los resultados de la encuesta realizada a las 11 microempresas del sector lácteo de Mulaló el porcentaje más alto es el 90.9% que corresponde a 10 personas que no depositan sus ingresos económicos en las cuentas bancarias debido a que diariamente cancelan a los proveedores, mientras que el 9.1% que representa a una persona si deposita el dinero en las entidades financieras debido a la seguridad que la misma le ofrece del capital depositado.

Análisis:

Las microempresas del sector lácteo de Mulaló no depositan sus ingresos en entidades bancarias por lo que se constituye en una **amenaza** debido a que corren el riesgo de que el dinero sea robado o suceda un incendio y lo pierdan todo.

11.4. Análisis PESTA de factores externos

11.4.1. Determinación y calificación de factores externos

Los presentes factores fueron identificados y calificados en base al análisis y conocimientos de los investigadores:

Tabla N° 14: Determinación de factores externos

Determinación y calificación de factores externos				
Variable de Alto Impacto para las Microempresas	Evelyn Gutiérrez	Vilma Rivera	Total	Calificación
Leyes o regulaciones laborales	2	2	4	1,75
Ayudas gubernamentales	1	1	2	0,88
Reformas en la Ley Tributaria	2	2	4	1,75
Impuestos	1	1	2	0,88
Inflación	2	2	4	1,75
Tasas de interés	2	1	3	1,31
Estilo de Vida	1	2	3	1,31
Crecimiento poblacional	2	2	4	1,75
Desempleo	2	2	4	1,75
Internet y Redes Sociales	2	2	4	1,75
Innovación en los productos	2	2	4	1,75
Mejoras tecnológicas	2	1	3	1,31
Fenómenos Naturales	2	3	5	2,19
Cambios Climáticos	1	1	2	0,88
Canasta familiar	0	0	0	0,00
Globalización	0	0	0	0,00
Riesgo País	0	0	0	0,00
Producto Interno Bruto	0	0	0	0,00
Corrupción	0	0	0	0,00
PIB per Cápita	0	0	0	0,00
Salario	0	0	0	0,00
Total			2,3	

Elaborado por: Grupo de investigación

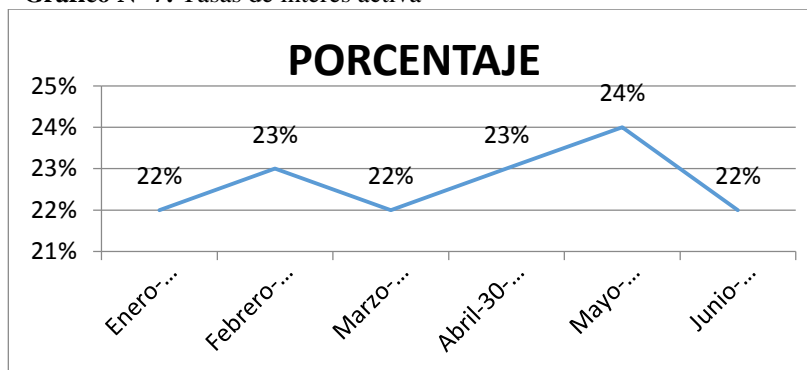
11.4.2. Escenario económico

Tasa de interés activa.-Porcentaje establecido acorde a condiciones del mercado y disposiciones del banco central, las instituciones bancarias cobran por varios tipos de servicios de crédito a las personas. Son activas porque son recursos a favor de la banca (Ortiz, 2014).

Tabla N° 15: Tasa de interés activa

Fecha	Enero 2017	Febrero 2017	Marzo 2017	Abril 2017	Mayo 2017	Junio 2017
Tasa Activa	22%	23%	22%	23%	24%	22%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Gráfico N° 7: Tasas de interés activa

Fuente: Banco Central del Ecuador

El porcentaje de la tasa activa al mes de junio del 2017 es del 22% el mínimo y el máximo al 27%, establecido por el Banco Central del Ecuador el mismo que debe ser adoptado por todas las entidades financieras este porcentaje en préstamos es el más alto por ser considerado microcrédito, cabe hacer mención que el porcentaje es modificado de manera mensual por un agente de riesgo y que a su vez es emitido a través de un circular a los oficiales de negocios por lo tanto esta variable económica se torna como una amenaza para las microempresas del sector lácteo de la parroquia de Mulaló porque les dificulta conseguir un crédito por las altas tasas y con ello limitan su crecimiento o deseo de superación a nivel empresarial además las instituciones financieras establecen estas tasas por el riesgo que corren al otorgar este tipo de préstamos.

Tasa de interés pasiva.- Es el porcentaje que las instituciones bancarias otorgan o pagan a las personas por los depósitos que realicen en cuentas corrientes (Ortiz, 2014).

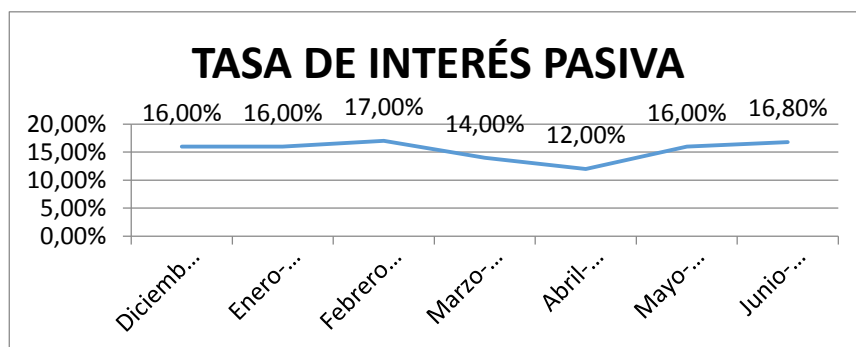
Tabla N° 16: Tasa de interés pasiva

	Enero	Febrero 28-2017	Marzo	Abril	Mayo	Junio

	31- 2017		31- 2017	30- 2017	31- 2017	30- 2017
%	16.00%	17.00%	14.00%	12.00%	16.00%	16.80%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Gráfico N° 8: Tasa de interés pasiva



Fuente: Banco Central del Ecuador

Para las microempresas el porcentaje de la tasa pasiva se torna no muy beneficiosa porque a partir del mes de diciembre se visualiza un decrecimiento constante hasta el presente mes de junio esta tasa se refleja en un porcentaje de 16.8% como mínimo y máximo es de 21%, esta situación se puede considerar como una oportunidad ya que al realizar su depósito en cuenta corriente le permite obtener un interés a su favor aunque esto se verá reflejado en un lapso de tiempo significativo y en grandes cantidades de dinero depositados además proporciona seguridad del dinero al guardarlo en una entidad financiera.

Inflación.- Es un indicador que permite constatar el aumento generalizado y sostenible de los precios de bienes y servicios. La inflación es un factor que afecta directamente al consumo de las personas (Perera, 2012). Una excesiva tasa de inflación genera una caída del poder adquisitivo es decir las personas se limitan a adquirir ciertos productos o servicios por percibir una subida en los precios, dada esta situación las empresas se verían afectadas porque sus ventas disminuirían constantemente.

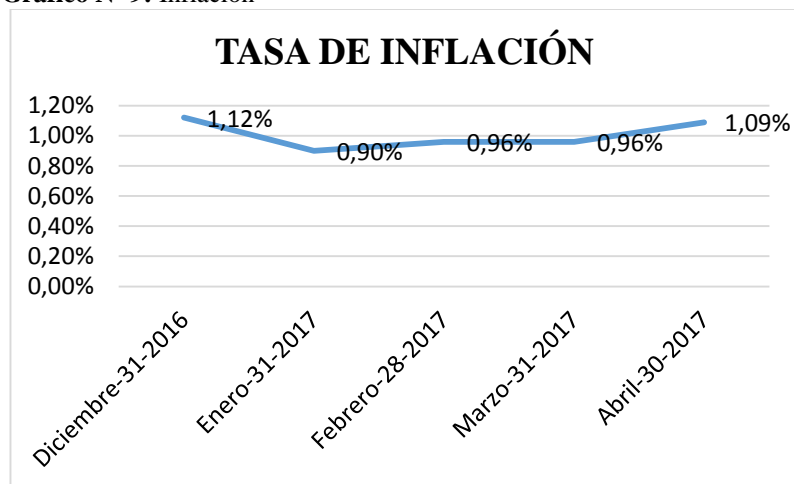
Tabla N° 17: Inflación

	Diciembre 31-2016	Enero	Febrero 28-2017	Marzo	Abril
--	------------------------------	--------------	----------------------------	--------------	--------------

		31- 2017		31- 2017	30- 2017
%	1.12 %	0.90 %	0.96 %	0.96 %	1.09 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Gráfico N° 9: Inflación



Fuente: Banco Central del Ecuador

El porcentaje de inflación en abril del 2017 se encuentra en el 1.09% a diferencia del último mes del año anterior, aunque esta tasa se ha incrementado no se constata mayor desequilibrio tornándose como una **oportunidad** para las microempresas porque pueden adquirir sus insumos para la producción a precios bajos y con ello mantener sus costos además los clientes van a adquirir sus productos con facilidad por los precios que pueden ofertar y de igual manera las ventas se elevarán.

11.4.3. Escenario socio cultural

Desempleo.- es una situación de paro u ocio involuntario en el que las personas teniendo edad, capacidad y deseo de trabajar no logran encontrar un lugar estable de trabajo y se encuentran temporalmente desocupadas (Ruiz, 2000). Esta es una situación que genera mayor preocupación dentro de un país, región, localidad y más aún en todas las personas dentro de la sociedad. Ya que al no contar con estabilidad económica genera situaciones negativas en cuanto al sustento de sí mismo y de la familia.

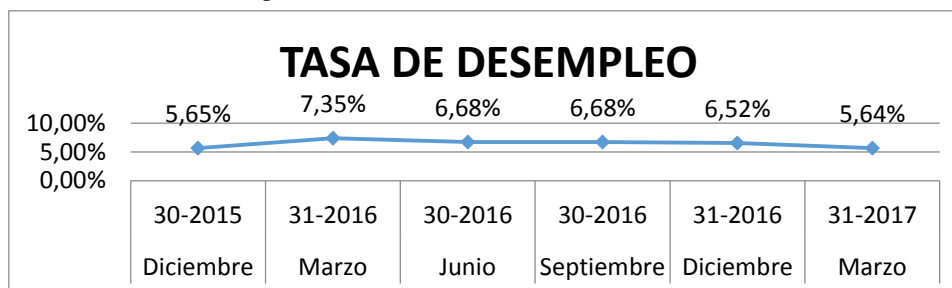
Tabla N° 18: Desempleo

	Marzo	Junio	Septiembre 30-2016	Diciembre 31-2016	Marzo
--	--------------	--------------	-------------------------------	------------------------------	--------------

	31-2016	30-2016			31-2017
%	7.35 %	6.68 %	6.68 %	6.52 %	5.64 %

Fuente: INEC

Gráfico N° 10: Desempleo Tabla 30



Fuente: INEC

De acuerdo a datos proporcionados por el INEC se puede visualizar que el porcentaje de desempleo ha disminuido constantemente, en marzo del 2017 el porcentaje es de 5.64% a diferencia del anterior año del mismo mes que fue de 7.35% este descenso es una **oportunidad** para las microempresas ya que a través del empleo las personas mejoran su estabilidad económica ya que van a obtener ingresos que les permita satisfacer sus necesidades y su capacidad de compra va a ser considerable ya que podrán adquirir los productos que ofertan o serán considerados clientes potenciales.

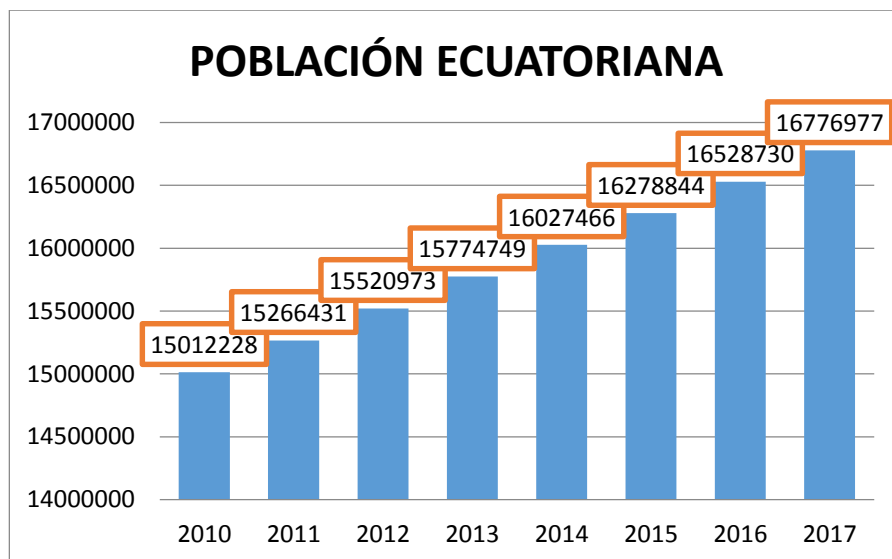
Crecimiento poblacional o demográfico.-es la cantidad de personas de un determinado lugar es decir cuántos habitantes existen y con este dato realizar un análisis poblacional del que se quiere realizar (Hernandez, 2015).

Tabla N° 19: Crecimiento de la población

Año	Población Ecuatoriana
2010	15012228
2011	15266431
2012	15520973
2013	15774749
2014	16027466
2015	16278844
2016	16528730
2017	16776977

Fuente: INEC

Gráfico N° 11: Crecimiento de la población Tabla 31



Los datos de INEC reflejan un crecimiento significativo del 1.5% en comparación del año 2016 y 2017 se puede constatar un incremento en la población de 248247 personas al año de cierta manera es una **oportunidad** para las microempresas productoras de lácteos ya que se constituyen consumidores potenciales a los que podrían ofertar sus productos, el crecimiento poblacional a nivel de estado de igual manera es importante tomarlo en consideración ya que las microempresas distribuyen sus productos a varias ciudades dentro del Ecuador. Por otra parte es importante mencionar que de acuerdo al INEC con datos del último censo fija la tasa de crecimiento poblacional para la parroquia en 1.063% es decir aumentara significativamente alrededor de 1500 personas. Esta situación resulta positiva ya que aportan a su crecimiento porque al crecer el número de personas incrementa la demanda y por ende genera mayores ingresos y rentabilidad al negocio.

11.4.4. Escenario político legal

Botero (2010) afirma: “Las normas legales se refiere a (Leyes, Decretos, Ordenanzas, resoluciones) que estén en vigencia, o que estén en curso en el Congreso, Asambleas, Municipios, gobierno central o local y las Instituciones descentralizadas o Departamentos administrativos” (p.1). Es muy importante para los empresarios tener conocimiento sobre cada una de estas políticas acorde a su actividad empresarial porque la mayoría influyen negativamente, generando inestabilidad al negocio por

modificaciones en los impuestos, implementación de los mismos, leyes que afectan al consumidor y por lo tanto al mismo propietario.

Semaforización.- La disposición más reciente establecida por el Ministerio de Salud y en el Reglamento oficial es acerca de la semaforización la misma que hace referencia al etiquetado en todos los productos artesanales esto con el objetivo de verificar el porcentaje de azúcar, grasa o sal que existen en los alimentos procesados para el consumo humano, la consigna representa una alimentación saludable y nutritiva esto con el propósito de reducir enfermedades producidas por el sobrepeso o la obesidad. Esta normativa es general por lo tanto debe ser acatada por todas la microempresas, artesanos, pequeñas y medianas empresas.

Para adherir el sistema gráfico en la etiqueta, los productores primero tenían que obtener el registro de funcionamiento sanitario por parte de la Arcsa, permisos del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), por el tema de marca, y las respectivas normas INEN. Después de todos los trámites en las instituciones antes mencionadas, deben regularizar su negocio en el (Ministerio de Producción) MIPRO. (Hoyos, Yance y Rendón, 2015, p. 8)

Estas instituciones orientadas a la producción a través de capacitaciones buscan concientizar a los artesanos y microempresarios que la semaforización de los alimentos procesados las ayudas a ubicarse formalmente y competitivamente en el mercado, garantizando su consumo.

Los microempresarios y artesanos del sector lácteo de la parroquia de Mulaló adoptaron esta normativa pese a las consecuencias ya que son disposiciones generales y deben ser cumplidas. Tras esta disposición surgieron situaciones negativas en las ventas de sus productos porque salían pintados de rojo esto significaba que contenían altos grados de algún componente y además los trámites son excesivos y el conocimiento sobre el tema es escaso, por lo tanto es una gran **amenaza** que los limita a surgir como empresa.

Leyes y regulaciones laborales.- Es la fuente más importante del derecho laboral dentro de un país ya que maneja una legislación y un ordenamiento jurídico en cuanto a la acción laboral, las disposiciones inmersas en esta deberán ser acatadas o cumplidas tanto por empleadores como empleados dentro de una determinada jurisdicción. El objetivo de las leyes laborales es igualar el poder de negociación entre empleadores y empleados. Principalmente, estas leyes se ocupan de la relación entre los empleadores y los sindicatos. Todos los derechos y obligaciones tanto del trabajador como del empleador

se regirán a disposiciones legales que regulan estas relaciones laborales las mismas que están establecidas y descritas en el Código Laboral así mismo se detalla todas las sanciones por infracción a normas legales.

Expandir el mercado para el crecimiento pues sólo pueden crecer las microempresas que producen para un mercado en crecimiento o con demanda insatisfecha y que, adicionalmente, puedan competir ventajosamente con empresas más grandes, o que en estos mercados no exista competencia. Entonces podemos definir a la microempresa como unidades productivas de baja capitalización, que operan bajo riesgo propio en el mercado; por lo general, nacen de la necesidad de sobrevivencia de sus propietarios.

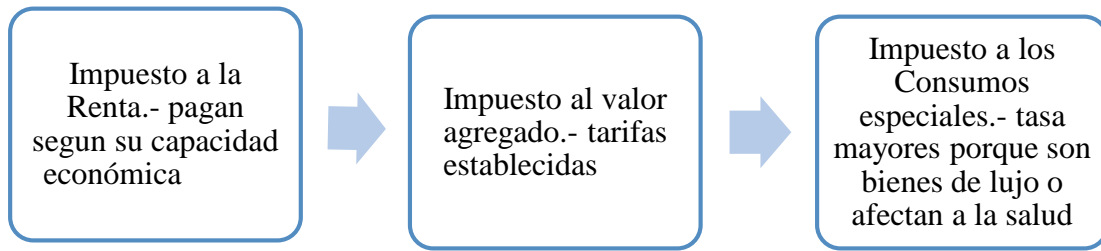
Ley Tributaria.- la estabilidad y seguridad tributaria en todos los países a nivel mundial, son factores significativos que marca la diferencia para el crecimiento sostenible de las empresas. En el Ecuador existen constantes cambios en cuanto a políticas tributarias en diferentes empresas y la realidad de las mismas en cuanto a su estabilidad económica reflejan resultados poco favorables que ahuyentan la inversión y el incremento de la producción y en muchas ocasiones limitan el emprendimiento o la creación de nuevos negocios por los trámites que deben cumplir a continuación se detalla:

Tabla N° 20: Ley tributaria

Personas Naturales no Obligadas a llevar Contabilidad
Guía legal
Registro Único de Contribuyentes (RUC) Patente Municipal Registro Sanitario (Locales que expenden alimentos procesados) Inscripción en el Cuerpo de Bomberos Afiliar al IESS (Microempresas que tienen empleados) Pagar Beneficios sociales de Ley
Guía Contable
Realizar libro de ingresos y gastos Elaborar Rol de pagos y provisiones Cancelar aportaciones al IESS. Llenar libro de proveedores, empleados, libros, kárdex
Guía tributaria
Declarar sus impuestos en el formulario 102 ^a para impuesto a la renta Declarar sus impuestos en el formulario 104 ^a para impuesto al valor agregado

Fuente: (Hoyos, Yance y Rendón, 2015)

Figura N° 10: Impuestos



Fuente: (Hoyos, Yance y Rendón, 2015)

Todas las personas naturales o jurídicas que ejerzan una determinada actividad económica se encuentran obligadas a presentar declaraciones de impuestos.

Impuesto a la Renta.- Para los microempresarios productores de lácteos de la parroquia Mulaló los impuestos no son tan exigentes porque además de estar registrados como artesanos son personas naturales no obligadas a llevar contabilidad por lo tanto el trámite para la declaración de los impuestos es mucho más ágil y es muy sencillo porque lo pueden realizar a través del portal del SRI. Únicamente deben emitir información y llenar los formularios específicos donde detalla todos sus ingresos y gastos anuales acorde a su actividad empresarial además detallan sus gastos personales entre otros ingreso. Existe un detalle en beneficio del contribuyente ya que en el momento que se calcula el Impuesto a la Renta primeramente verifican si supera la base establecida por la ley de no ser así no cancela el impuesto al menos que se diera el caso de tardía en el que deberá cancelar una multa del 10% eso en cuanto al impuesto a la Renta.

Impuesto al valor agregado.- de cierta manera este impuesto ha afectado a los microempresarios, aunque el queso es un producto de consumo que no grava IVA manifiestan los propietarios de las microempresas que está bien que no se pague ya que sus ventas no son tan grandes pero se paga el IVA cuando se adquiere materia prima o insumos que emplean en la elaboración, pagan más para producir la misma cantidad por el incremento del impuesto y se considera que automáticamente el costo de producción subirá por lo tanto se debería incrementar el precio del producto pero al existir mucha competencia en el sector los perjudicaría porque pueden perder clientes en el sector.

Aunque la última reforma en la ley tributaria según indica Leonardo Orlando (2017) Director del Servicio de Rentas Internas es acerca del 31 de mayo ya que será el último

día en el que se pague el 14% del IVA razón por la cual los dueños de locales comerciales se muestran optimistas con la reducción del impuesto al valor agregado a partir del 1 de junio, tal como lo establece la Ley de Solidaridad, los productos gravados con el 14% del impuesto al valor agregado (IVA) vuelven al 12%. Esta reforma es una oportunidad para las microempresas porque podrán adquirir los insumos a menor precio beneficiando así su costo de producción.

Apoyo gubernamental.- al constituirse las microempresas grandes generadoras de empleo es importante abordar el tema de los apoyos o ayudas por parte del gobierno ya que al hablar del mismo, se hace referencia al apoyo desde su emprendimiento al igual que en su crecimiento como empresa. El Ecuador es un país con muchas limitaciones pero también oportunidades como los proyectos y programas desde los ministerios y también a través de convenios con organismos internacionales que impulsan diferentes iniciativas y apoyo a la MIPYMES de los cuales pueden aprovechar los microempresarios en aras de crecer empresarialmente por ejemplo se detalla:

Por su parte en primera instancia están los programas promovidos por el Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad el mismo que trata sobre el apoyo a la MIPYMES y emprendimientos en general “a través de información, asesoría, validación de proyectos y capital para la puesta en marcha de emprendimientos; otro programa fomenta y promueve la innovación, diversificación y eficiencia a través del cofinanciamiento de proyectos” (MCPEC, 2010).

El MIPRO a través de la Sub-secretaría de MIPYMES y Artesanías mediante el Programa CODEPYME ha venido apoyando a la micro, pequeña y mediana empresa, en diferentes proyectos de tipo asociativo, con un presupuesto aproximado de USD \$ 4'500.000 millones de dólares; de acuerdo a datos del 2009 se ha apoyado a un total de 1926 MIPYMES, de las cuales 1337, corresponden a micro empresa y 589 a PYMES, beneficiando directamente a 8339 personas directas y 9056 personas indirectamente.

11.4.5. Escenario tecnológico

A nivel nacional la tecnología ha tenido gran trascendencia en diferentes sectores como el comercio, servicios, manufacturero entre otros. Aunque estos avances han sido sumamente notorios Ecuador es un país carente de tecnología razón por la cual genera problemas y con ello surgen consecuencias en referencia al desarrollo ya que las

limitantes en este aspecto dificultan el avance óptimo en mercados meramente competitivos. Además conlleva una desventaja en comparación con algunos países esto es perjudicial ya que se ven en la obligación de depender de otros estados más desarrollados porque de cierta manera proporcionan ayuda necesaria en cuanto a la tecnología que se carece. (Minalla, 2011)

Hoy en día este factor se ha tornado indispensable por razón que los avances tecnológicos han dado facilidad a muchos procesos dentro de las empresas un ejemplo significativo es el aporte en la producción y elaboración de productos agilizando y tecnificando el proceso, logrando así mayor eficiencia y eficacia en la mano de obra con ello las empresas disminuyen los costos de producción y se tornan más productivos y competitivos frente a la competencia.

Internet y redes sociales.- son factores que conllevan una importancia radical dentro la sociedad y aún más en las empresas por representar una herramienta primordial que puede ser utilizado como medio de promoción y compra de productos, servicios etc. Estas herramientas permiten ahorrar tiempo y dinero por su fácil uso en la comunicación además es utilizado como medio publicitario, ayuda a elevar sus ventas y captar mayor clientela siempre y cuando el uso del mismo sea adecuado. Según la encuesta de estratificación del nivel socio económico del 2011 (NSE), más del 98% de los ecuatorianos utilizan herramientas del Internet para comunicarse ya sea mediante correos electrónicos o redes sociales. Ana (2012)

Innovación.- Pineda (2013) afirma. “El sector de lácteos es reconocido mundialmente como el segundo generador de nuevos productos, después de la industria de agua y bebidas” (p.2). Las tendencias hacia la innovación en este sector son importantes debido la demanda de los consumidores ya que sus expectativas son más exigentes en el tiempo razón por la cual las microempresas deben considerar este factor y aprovechar al máximo los avances tecnológicos por ejemplo una de las innovaciones más destacadas es la presentación del producto es decir el envasado, también el valor agregado que le puedan implementar como características nutricionales así también la maquinaria que pueden obtener con la finalidad de ser más productivos y cubrir mayor demanda, disminuyendo costos, ahorrando tiempo, dinero y aún más obteniendo productos de mejor calidad.

Nuevas tecnologías.- estas nuevas tecnologías hace referencia principalmente al procesamiento usado en la industria láctea esto debido a las exigencias de los clientes que buscan alimentos con menos tratamiento y no sean perjudiciales para la salud.

Entre las tecnologías más innovadoras que se está utilizando se puede mencionar, micro filtración, Altas Presiones Hidrostáticas (APH), campos eléctricos pulsados y radiaciones ionizantes, los cuales tienen la capacidad de obtener efectos similares a los de la pasteurización, pero sin la aplicación de ningún tratamiento térmico. (Pineda, 2013, p.4)

Tabla N° 21: Innovaciones investigadas en la mipymes

Innovaciones Radicales	Innovaciones Incrementales
Novedad o nuevo: Producto 1. Nuevos productos/servicios 2. Nuevo producto tecnológico Proceso 3. Nuevos programas informáticos 4. Nuevas herramientas, maquinaria y Equipo	Cambios significativamente mejorados en: Producto 1. Producto (características técnicas, materiales, componentes) Proceso 2. Programas informáticos 3. Herramientas, maquinaria y equipo Organización 4. Prácticas empresariales 5. Lugar de trabajo 6. Relaciones externas Comercialización 7. Empaque 8. Envasado 9. Medios de promoción 10. Posicionamiento 11. Precio

Fuente: (Astudillo, 2013)

Para las microempresas productoras de lácteos de la parroquia Mulaló este factor representa una **oportunidad** porque pueden adoptar las herramientas de telecomunicación e innovaciones y utilizarlas para impulsar sus productos al mercado ya que en la actualidad los avances tecnológicos juegan un papel preponderante en la rentabilidad de los negocios aunque por otra parte al ser empresas muy pequeñas se ven mucho más amenazadas por las grandes industrias ya que su capital es representativo en el sector micro no así ante las grandes empresas razón por la cual se limitan a adquirir maquinarias, software, realizar innovaciones, invertir en publicidad, porque sus ingresos les permite suplir sus necesidades prioritarias mas no crecer como empresa.

11.4.6. Escenario ambiental

La parroquia Mulaló se establece a las faldas del volcán Cotopaxi, la altitud aproximada de la parroquia es de 3000 metros sobre el nivel del mar el clima se ve influenciado por la cordillera que en las partes bajas muestra templado y en las altas frío característico del páramo andino.

Según los reportes de la Secretaría de Gestión de Riesgos la parroquia está amenazada por las siguientes causas: deslizamientos, derrumbes, inundaciones, sismos, heladas y amenaza volcánica. Que conjuntamente con la población de las áreas amenazadas y la poca conciencia a los riesgos que estas representan aumentan considerablemente los peligros naturales existentes.

Molina (2015) analista de Seguridad Ciudadana y Gestión de Riesgos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Latacunga menciona: los sitios ubicados en las zonas de mayor riesgo por los lahares son:

Tabla 22 Sectores de zona de riesgo

Barrios	Población
Colcas	46
San Ramón	589
San Antonio de Limache	122
Callo Mancheno	266
Rumipamba de Villacís	55
Rumipamba de Espinosas	271
San Francisco de Espinosas	171
Langualó Grande.	722
Mulaló centro	950

Fuente: (Hoyos, Yance y Rendón, 2015)

El factor más representativo dentro de este escenario son los fenómenos naturales que hace poco tiempo afectaron a la parroquia Mulaló a causa de la actividad volcánica del Cotopaxi razón por la que varios moradores del lugar evacuaron a zona segura aunque muchos de ellos desistían por tener varios bienes como animales, casas, negocios, terrenos etc. A partir de esta situación varios propietarios de las microempresas manifiestan que decidieron cerrar su negocio como es el caso del Señor Carlos Catota, Gonzalo Tapia por lo tanto se deduce que este factor es una **amenaza** para los negocios y deben tener en cuenta donde esté ubicado la

infraestructura del negocio verificando con anterioridad los riesgos ya que este factor es incontrolable y es necesario tomar otras alternativas.

11.4.7. Escenario social

Gustos, preferencias y estilo de vida.- de acuerdo a cifras proporcionadas por el Centro de la Industria Láctea (2016) se puede constatar que el consumo de leche en Ecuador va en descenso con una reducción promedio de 2,45 litros de leche, esta disminución se debe al limitado consumo de productos lácteos como el yogurt, mantequilla, leche en polvo etc. por parte de los ecuatorianos esto a su vez se ha dado por diferentes razones por ejemplo es la situación económica que tiene que ver mucho con el poder adquisitivo de cada persona, sus hábitos de consumo y además la implementación del sistema de semaforización en los alimentos procesados. Aunque por otra parte el único producto que se ha mantenido en el mercado a pesar de esta situación es el queso ya que entre el 2014 y 2015 hay un crecimiento del 2,5%, una tendencia que se refleja desde el 2006. El tipo de queso más buscado por el ecuatoriano fue el fresco, debido a una mayor oferta local y a que tienen precios más asequibles (Ramírez, 2016, p.1). Solo una tercera parte de la población ecuatoriana consume productos lácteos pero al ser el queso un producto prioritario y los ecuatorianos tienen hábitos con tendencia al consumo de este producto, especialmente en las mañanas; este factor es una gran oportunidad para las microempresas ya que producen únicamente queso y que a través de ello perciben ingresos significativos, por lo tanto los gustos y preferencias de los clientes pueden ayudar a la empresa a elevar sus ventas al ser un mercado potencial donde pueden captar mayor demanda y mejorar su rentabilidad para posteriormente visionarse a un crecimiento empresarial.

11.4.8. Matriz de impactos externo

Tabla N° 23: Matriz de impactos externo

Matriz de Impacto Externo				
N°	Concepto	Oportunidad	Amenaza	Observaciones

1	Leyes o regulaciones laborales	X		
2	Ayudas gubernamentales	X		
3	Reformas en la Ley Tributaria	X		
4	Impuestos	X		
5	Inflación	X		
6	Tasas de interés	X		
7	Estilo de Vida		X	
8	Crecimiento poblacional		X	
9	Desempleo		X	
10	Internet y Redes Sociales		X	
11	Innovación en los productos		X	
12	Mejoras tecnológicas		X	
13	Fenómenos Naturales	X		
14	Cambios Climáticos	X		

Elaborado por: Grupo de investigación

11.5. Análisis de factores Internos

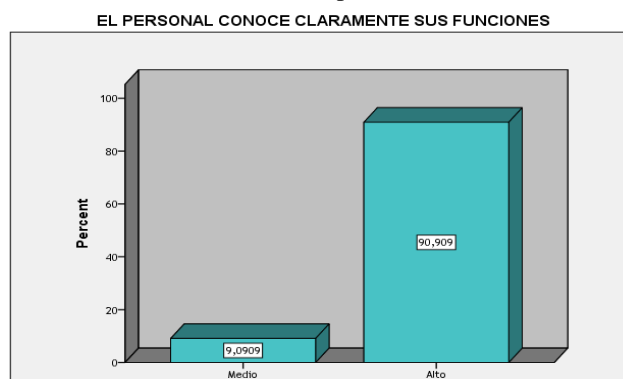
Tabla N° 24: Funciones del personal

EL PERSONAL CONOCE CLARAMENTE SUS FUNCIONES					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Medio	1	9,1	9,1	9,1
	Alto	10	90,9	90,9	100,0

	Total	11	100,0	100,0
--	-------	----	-------	-------

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 12: Funciones del personal



Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

En el sector lácteo el personal de las microempresas conocen claramente sus funciones debido a que existe un porcentaje alto del 90.9% que corresponde a 10 microempresas los mismos que aseguran que el trabajo es bien realizado y no existen inconvenientes en el proceso de producción, el 9.1% de los trabajadores conocen en un nivel medio sus funciones el cual corresponde a una microempresa.

Análisis:

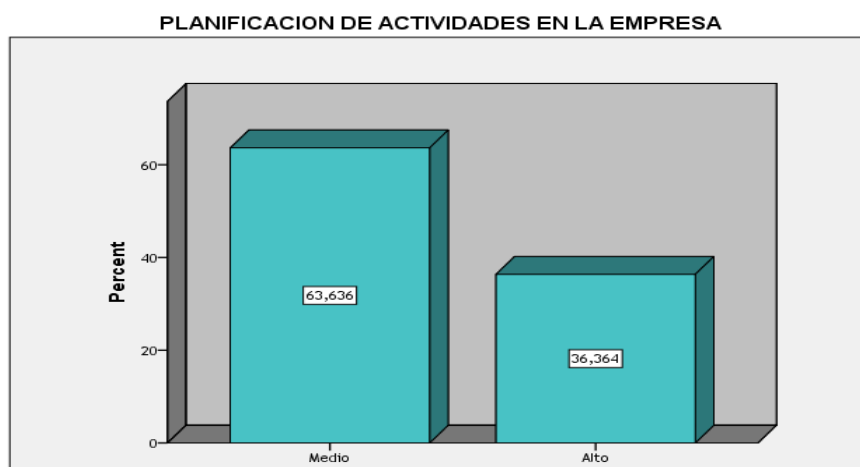
En la mayoría de las microempresas los trabajadores conocen claramente sus funciones por lo que se constituye en una **fortaleza de nivel alto** para este sector debido a que no existen inconvenientes en el proceso productivo de los lácteos.

Tabla N° 25: Planificación

PLANIFICACION DE ACTIVIDADES EN LA EMPRESA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Medio	7	63,6	63,6	63,6
	Alto	4	36,4	36,4	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 13: Planificación



Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

De las 11 microempresas encuestadas siete de ellas planifican sus actividades en un nivel medio el cual representa el 63.6%, el 36.4% que corresponde a cuatro microempresas aseguran que el nivel de planificación de las actividades es alto porque diariamente realizan diferentes productos.

Análisis:

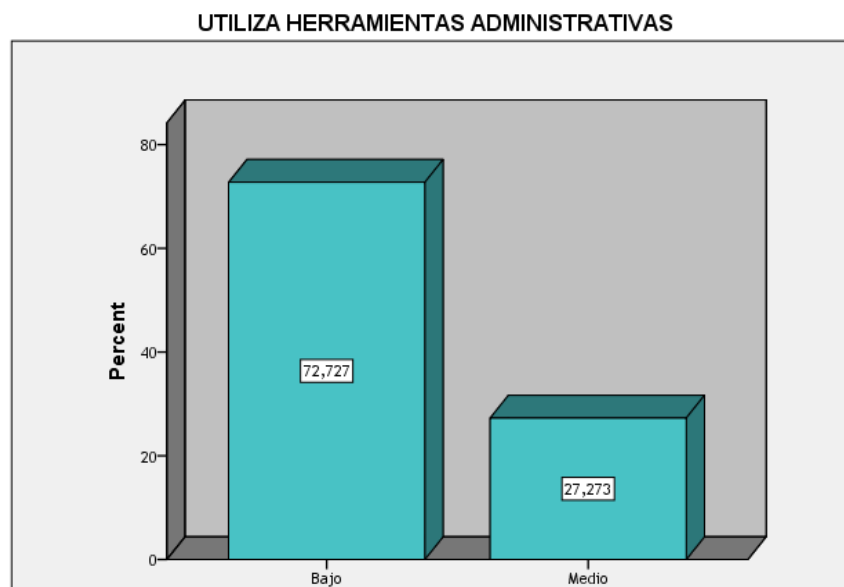
En el sector lácteo existe una **debilidad a nivel medio** en la planificación de las actividades diarias esto se debe a que todos los días se repite el mismo proceso de producción y la cantidad de leche es la misma.

Tabla N° 26: Herramientas administrativas

UTILIZA HERRAMIENTAS ADMINISTRATIVAS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Bajo	8	72,7	72,7	72,7
	Medio	3	27,3	27,3	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 14: Herramientas administrativas



Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

El 72.7% que corresponde a ocho microempresas del sector lácteo no utilizan herramientas administrativas tales como mejora continua, reingeniería de procesos, calidad total, justo a tiempo entre otros, mientras que tres de ellas utilizan en un nivel medio con un porcentaje del 18.2%.

Análisis:

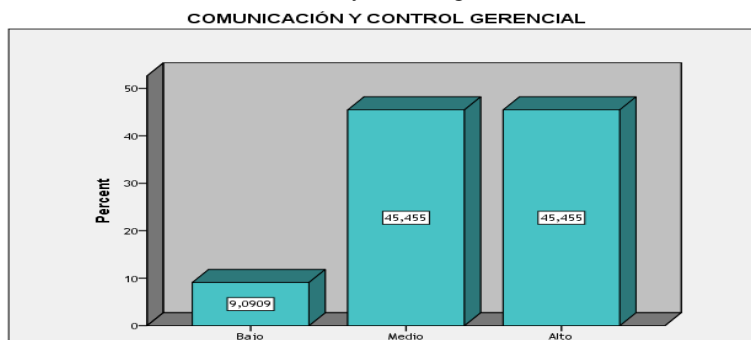
En el sector lácteo de la parroquia Mulaló no existe el uso de las herramientas administrativas en las microempresas por lo tanto se constituye en una **debilidad de nivel alto** para las mismas.

Tabla N° 27: Comunicación y control gerencial

COMUNICACIÓN Y CONTROL GERENCIAL					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Bajo	1	9,1	9,1	9,1
	Medio	5	45,5	45,5	54,5
	Alto	5	45,5	45,5	100,0

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N°15: Comunicación y control gerencial



Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

El 45.5% que corresponde a cinco microempresas encuestadas mantienen una comunicación con sus trabajadores y tienen un control gerencial es decir que todos los trabajadores obedecen las órdenes del propietario en un nivel alto, con el mismo porcentaje y con el mismo número de microempresas aseguran que el nivel de comunicación y control gerencial es en un nivel medio, el 9.1% que representa una microempresa la comunicación es baja.

Análisis:

La comunicación y control gerencial en las microempresas lácteas es una **fortaleza de nivel medio** debido a que el personal es poco y se puede controlar a la mayoría de los trabajadores, el control existe durante los días en los que el propietario está en la microempresa, por otra parte los días en los que sale el dueño a dejar la carga en Guayaquil no existe un control lo cual da como resultado una pérdida en la producción.

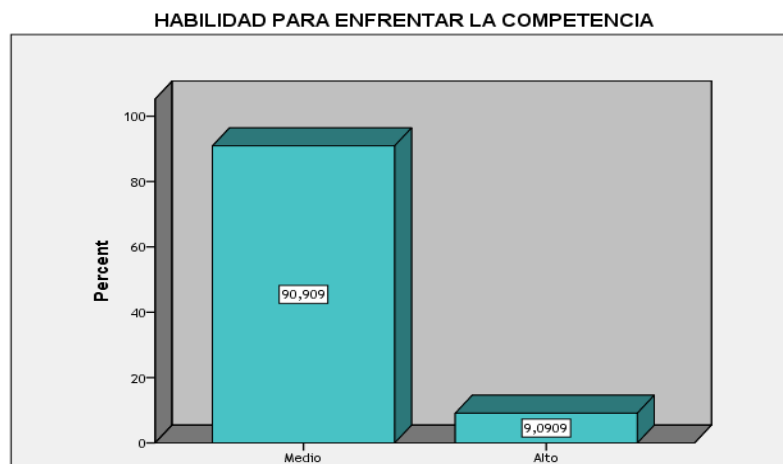
Tabla N° 28: Competencia

HABILIDAD PARA ENFRENTAR LA COMPETENCIA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Medio	10	90,9	90,9	90,9
	Alto	1	9,1	9,1	100,0

	Total	11	100,0	100,0	
--	-------	----	-------	-------	--

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 16 Competencia



Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

El 90.9% que corresponde a 10 microempresas poseen una habilidad media para enfrentar la competencia debido a que ofrecen productos de precios cómodos para sus clientes, una de ellas aseguran tener un nivel alto para enfrentar la competencia debido a que ofrecen diferentes tipos de lácteos a sus clientes esto representa el 9.1%

Análisis:

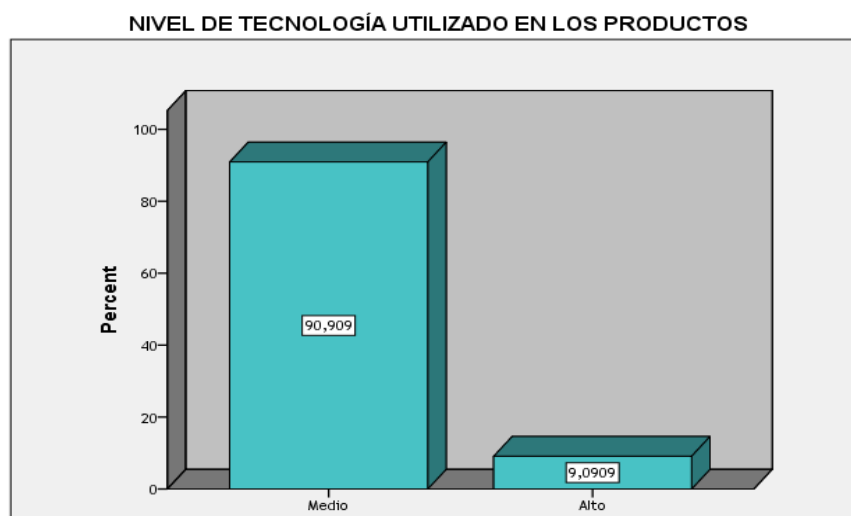
Las microempresas lácteas poseen una habilidad media para enfrentar a la competencia por lo que se constituye en una **fortaleza de nivel medio** debido a que no ofrecen diversidad en los productos para sus clientes

Tabla N° 29: Tecnología utilizada

NIVEL DE TECNOLOGÍA UTILIZADO EN LOS PRODUCTOS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Medio	10	90,9	90,9	90,9
	Alto	1	9,1	9,1	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 17: Tecnología utilizada



Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

El 90.9% que corresponde a 10 microempresas encuestadas mencionan que poseen un nivel de tecnología medio utilizado en los productos debido a que el proceso de producción es manual y no automático esto se debe en gran medida al precio establecido para la maquinarias, además aseguran que adquirirían este tipo de maquinaria siempre y cuando ofrezcan diversidad de productos pero con un solo tipo de queso no necesitan invertir en tanta tecnología. Una de ellas asegura que su nivel tecnológico es alto con el 9.1% debido a que la producción es automática esta microempresa solo tiene personal operario para el manejo de las maquinas.

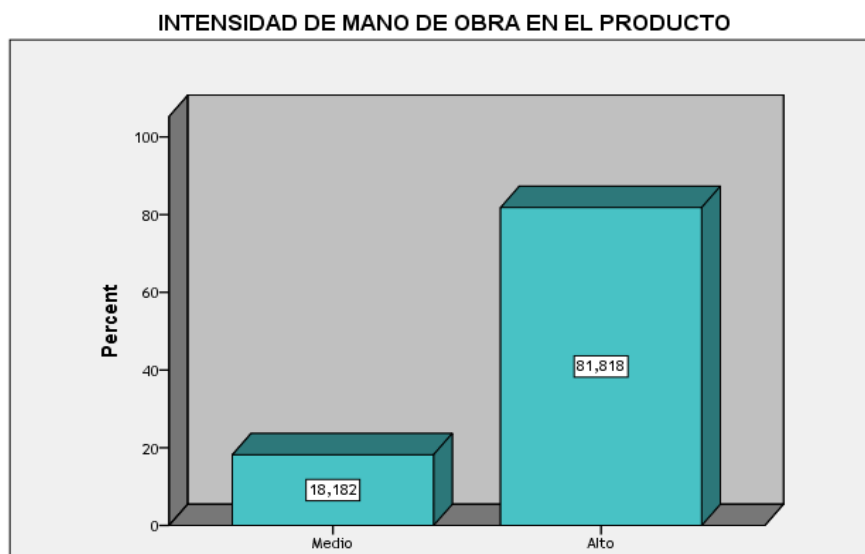
Análisis:

El nivel tecnológico en las microempresas es una **debilidad media** debido a que sus procesos de producción son de forma manual, esto se debe a que las mismas solo elaboran un tipo de queso y no tienen la necesidad de invertir en mucha tecnología.

Tabla N° 30 : Mano de obra

INTENSIDAD DE LA MANO DE OBRA EN EL PRODUCTO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Medio	2	18,2	18,2	18,2
	Alto	9	81,8	81,8	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 18: Mano de obra

Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

El porcentaje más alto de la intensidad de la mano de obra en el producto es el 81.8% que corresponde a nueve microempresas que tienen un nivel alto porque cuentan con el personal necesario para la producción de quesos. El 18.2% corresponde a dos microempresas cuentan con la mano de obra en un nivel medio.

Análisis:

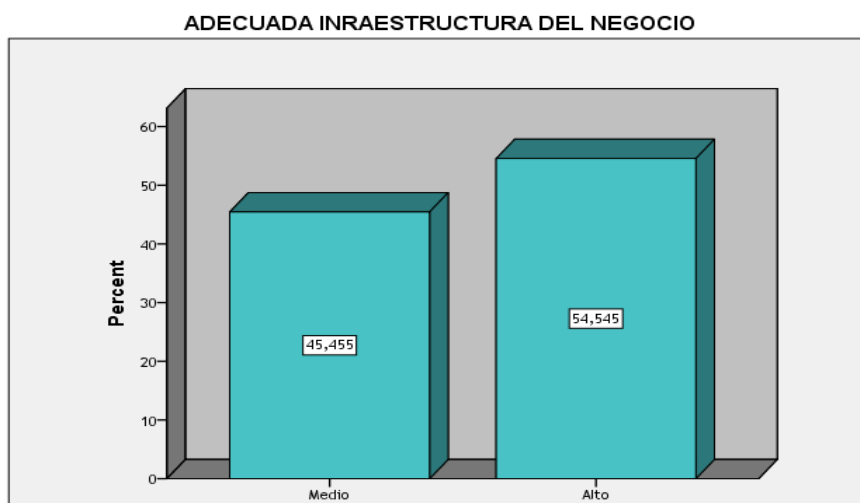
La intensidad de la mano de obra en el producto es una **fortaleza alta** porque la mayoría de las microempresas cuentan con el personal necesario para el proceso productivo esto hace que el producto sea elaborado a tiempo y la entrega sea inmediata.

Tabla N° 31: Infraestructura

ADECUADA INFRAESTRUCTURA DEL NEGOCIO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Medio	5	45,5	45,5	45,5
	Alto	6	54,5	54,5	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 19: Infraestructura



Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

De las 11 microempresas encuestadas seis consideran que la infraestructura es adecuada en un nivel alto porque el lugar de trabajo es amplio con el 54.5%, mientras que el 45.5% que representa a cinco microempresas su infraestructura es baja debido a que su negocio se encuentra en la primera planta de la casa este es el caso de la quesera de la Sr. Juana Calvache.

Análisis:

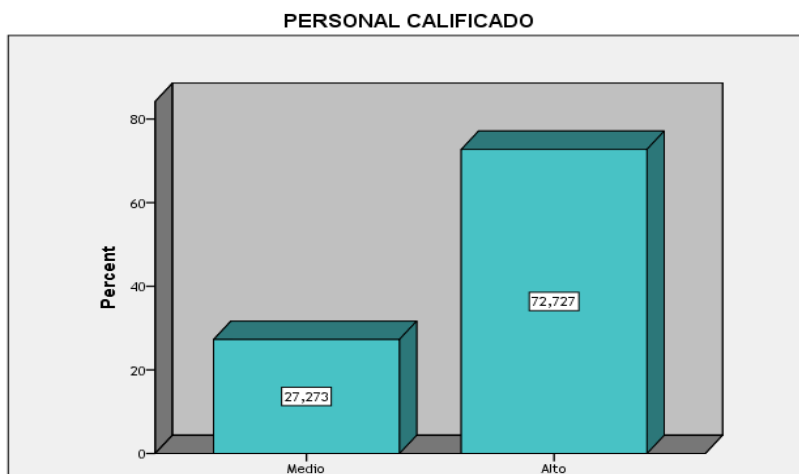
En las microempresas del sector lácteo la infraestructura es una **fortaleza de nivel medio** debido a que las mismas no son estrechas y no existe mucho espacio para movilizarse, además algunas de ellas presentan imperfecciones en el piso como es el caso de la quesera ANAHI BELEN.

Tabla N° 32: Personal calificado

EXISTE PERSONAL CALIFICADO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Medio	3	27,3	27,3	27,3
	Alto	8	72,7	72,7	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 20: Personal Calificado



Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

El 72.5% que representan ocho microempresas tienen el personal altamente calificado con un nivel alto, es decir que cumple con los requerimientos que necesitan los propietarios para cubrir el puesto de trabajo, además aseguran que el proceso de producción no es complicado, lo cual facilita el aprendizaje para los trabajadores que no tienen experiencia. Mientras que el 27.3% que corresponde a tres microempresas aseguran que mantienen un personal calificado medio por el alto grado de rotación del personal.

Análisis:

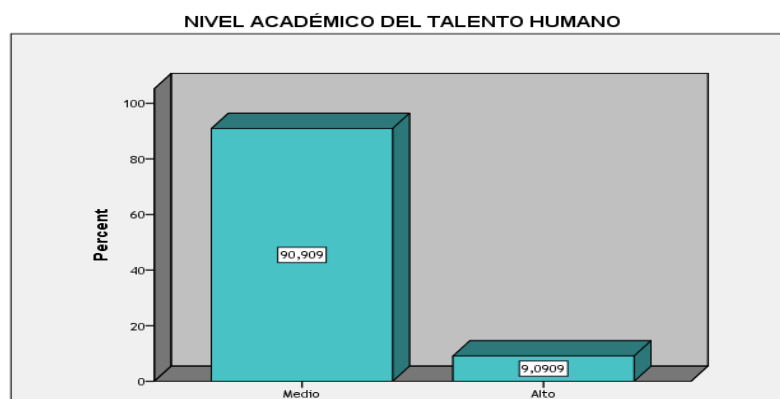
En la mayoría de las microempresas existe el personal altamente calificado lo cual es una **fortaleza de nivel alto** para el sector debido a que conocen cada uno de los pasos que se deben realizar para la elaboración de quesos.

Tabla N° 33: Nivel académico del talento humano

NIVEL ACADÉMICO DEL TALENTO HUMANO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Medio	10	90,9	90,9	90,9
	Alto	1	9,1	9,1	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 21: Nivel académico del talento humano



Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

El talento humano de las microempresas poseen un nivel educativo medio debido a que la mayoría han culminado la secundaria según la encuesta realizada con un porcentaje del 90.9% que representa a 10 microempresas, seguido del 9.1% que corresponde a una microempresa donde el nivel académico es alto porque algunos de sus trabajadores están estudiando una carrera en la Universidad con el 9.1%.

Análisis:

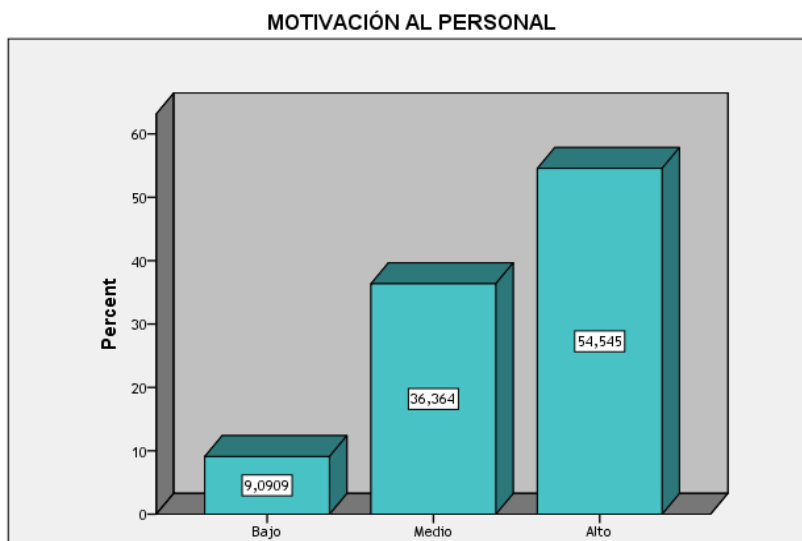
El nivel académico del talento humano en las microempresas del sector lácteo es una **fortaleza de nivel alto** debido a que al existir desempleo en el país los trabajadores ganan lo que las microempresas les paga y no exigen sus derechos de afiliación al IESS, además pueden obtener mano de obra barata.

Tabla N° 34: Motivación al personal

MOTIVACIÓN AL PERSONAL					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Bajo	1	9,1	9,1	9,1
	Medio	4	36,4	36,4	45,5
	Alto	6	54,5	54,5	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 22 Motivación al personal



Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

De las 11 microempresas encuestadas seis de ellas brindan motivación al personal ya sea mediante incentivos, días libres o descansos el mismo que representa el 54.5% a nivel alto, mientras que cuatro de ellas con el 36.4% dan una motivación a nivel medio porque dan descansos a sus trabajadores cada 15 días y el 9.1% que corresponde a una microempresa no brindan motivación el personal trabaja todos los días.

Análisis:

La motivación del personal en el sector lácteo de las microempresas es una **fortaleza de nivel medio** porque no todas las microempresas ofrecen incentivos a sus trabajadores debido a que los gastos son varios y no tienen suficiente ingresos.

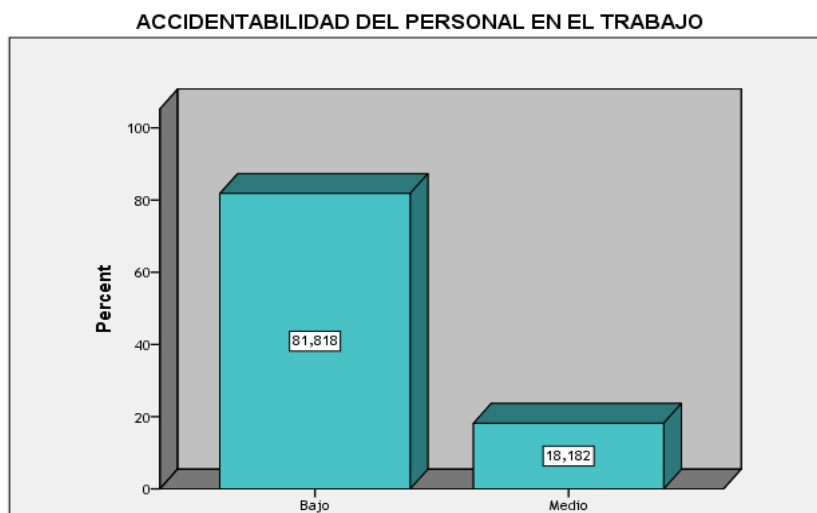
Tabla N° 35: Accidentabilidad en el trabajo

ACCIDENTABILIDAD DEL PERSONAL EN EL TRABAJO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Bajo	9	81,8	81,8	81,8
	Medio	2	18,2	18,2	100,0

	Total	11	100,0	100,0	
--	-------	----	-------	-------	--

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 23: Accidentabilidad en el trabajo



Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

La accidentabilidad de los trabajadores en las microempresas es bajo con el 81.8% que corresponde a nueve microempresas, seguido del 18.2% de los negocios donde la accidentabilidad es media debido al desconocimiento del manejo de las maquinarias, este es el caso de la microempresa lácteos Frylac.

Análisis:

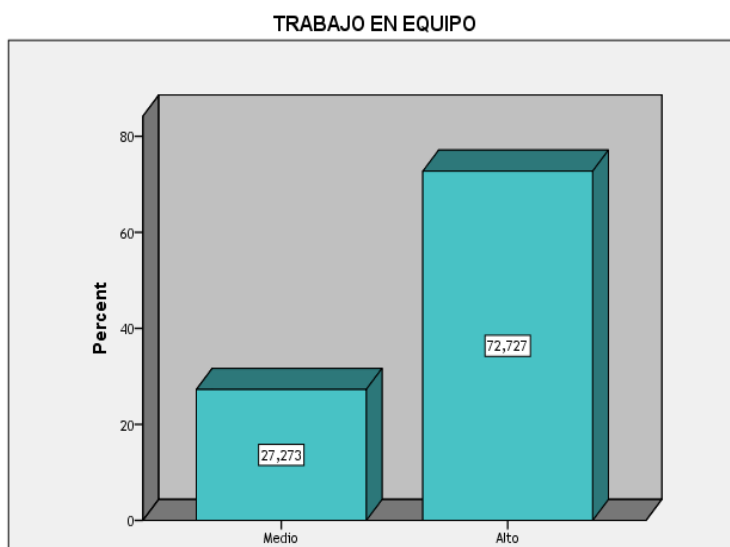
En las microempresas del sector lácteo no existe accidentes de trabajo por lo que se constituye en una **fortaleza de nivel alto**.

Tabla N° 36: Trabajo en equipo

TRABAJO EN EQUIPO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Medio	3	27,3	27,3	27,3
	Alto	8	72,7	72,7	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 24: Trabajo en equipo Tabla 49



Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

De las 11 microempresas encuestadas el mayor puntaje es el 72.7% que representa a ocho negocios que mantienen trabajo en equipo en un nivel alto, mientras que el 27.3% de ellas mantienen un trabajo en equipo medio esto se da dentro de tres microempresas.

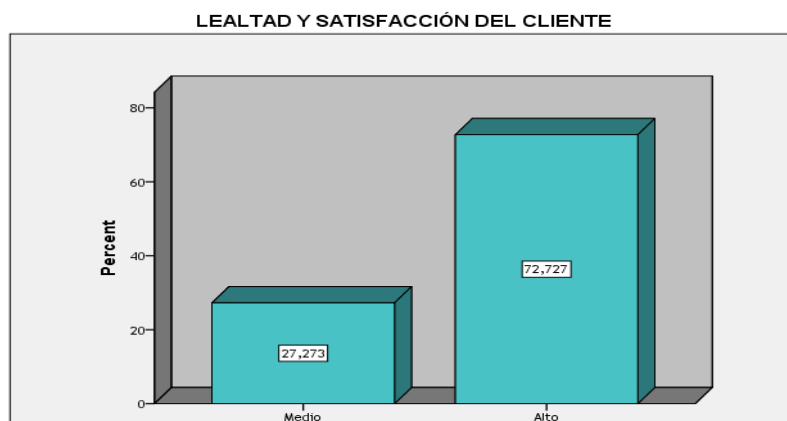
Análisis:

El trabajo en equipo dentro de las microempresas del sector lácteo es **una fortaleza de nivel alto** debido a que la mayoría de ellas el trabajo es en grupo de manera rápida, además el trabajo que se realiza dentro de este tipo de negocios requiere que el trabajo sea colaborativo.

Tabla N° 37: Lealtad y satisfacción del cliente

LEALTAD Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Medio	3	27,3	27,3	27,3
	Alto	8	72,7	72,7	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 25: Lealtad y satisfacción del cliente

Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

Dentro de las microempresas del sector lácteo de la parroquia de Mulaló mediante la aplicación de las encuestas podemos decir que existe lealtad y satisfacción de los clientes con un porcentaje alto del 72.7% que representa a 8 negocios, seguido del 27.3% que corresponden a un nivel medio esto se debe a que existe mucha competencia y llegan a ofrecer productos de menor precio a los clientes de otras microempresas.

Análisis:

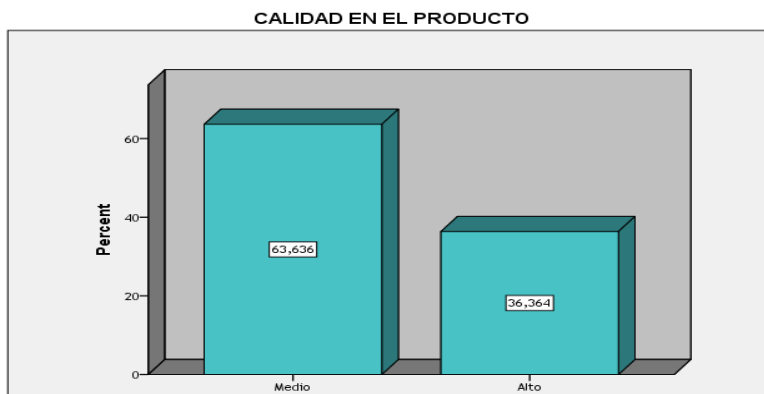
La lealtad y satisfacción de los clientes para este sector lácteo es **una fortaleza con un nivel medio** debido a que la competencia capta clientes ajenos ofreciendo productos de menor costo.

Tabla N° 38: Calidad del producto

CALIDAD EN EL PRODUCTO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Medio	7	63,6	63,6	63,6
	Alto	4	36,4	36,4	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 26: Calidad del producto



Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

De las 11 microempresas encuestadas siete de ellas controlan la calidad del producto con un porcentaje del 72.7%, estos negocios controlan la acidez de la leche y la temperatura adecuada es de la leche fría en 36° y caliente de 24° a 28° este control lo hacen mediante el pesa leche este control realizan en un nivel medio. Mientras que cuatro microempresas que corresponde al 36.4% controla la calidad de la leche en un nivel alto debido a que cuentan con un tanque de enfriamiento de la leche, este tanque permite que la leche este en buenas condiciones durante todo el día.

Análisis:

El control de la calidad en el producto de este sector lácteo es una **debilidad a nivel medio** debido a que ellos controlan la acidez y la temperatura únicamente en la leche que será utilizada para la producción de quesos de todo tipo, mientras que para la elaboración de los quesillos es necesario que la leche este acida.

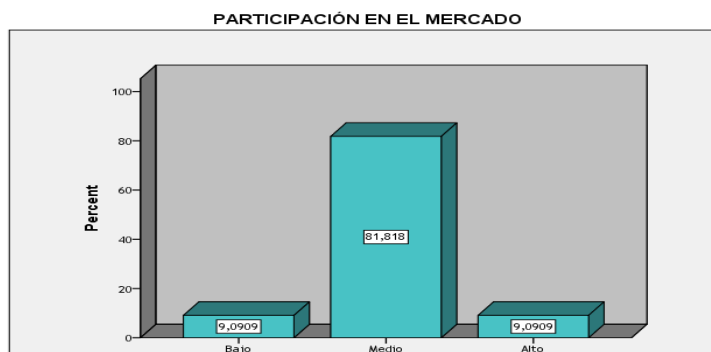
Tabla N° 39: Participación en el mercado

PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Bajo	1	9,1	9,1	9,1
	Medio	9	81,8	81,8	90,9
	Alto	1	9,1	9,1	100,0

	Total	11	100,0	100,0	
--	-------	----	-------	-------	--

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 27: Participación en el mercado



Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

La participación en el mercado para este sector es restringido debido a que existen muchas microempresas lácteas en el país por esta razón el porcentaje más alto obtenido en las encuestas es del 81.8% que corresponde a nueve negocios que mantiene un nivel medio de participación, mientras que el 9.1% tienen un nivel bajo de participación esto se debe a que la producción es entregada solo en la parroquia y en algunas tiendas de la provincia y el 9.1% entrega sus productos en la ciudad de Guayaquil, Quito, Cuenca por esta razón la participación de este negocio tiene un nivel alto.

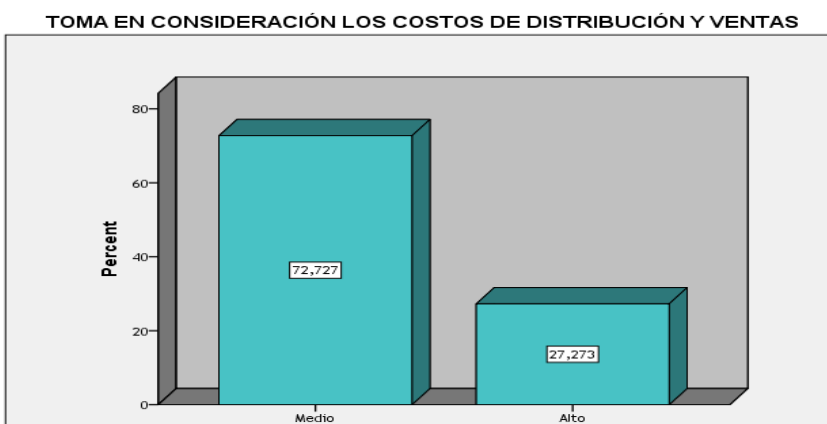
Análisis:

La participación en el mercado de las microempresas del sector lácteo es una **debilidad de nivel bajo** porque al ser pequeñas no pueden producir en volúmenes altos y la entrega lo realizan más a la ciudad de Guayaquil debido a que la mayoría de ellas pertenecen a una asociación.

Tabla N° 40: Costos de distribución y ventas

TOMA EN CONSIDERACIÓN LOS COSTOS DE DISTRIBUCIÓN Y VENTAS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Medio	8	72,7	72,7	72,7
	Alto	3	27,3	27,3	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 28: Costos de distribución y ventas

Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

De las 11 microempresas encuestadas 8 de ellas que corresponde al 72.7% calculan el precio de venta al público tomando en consideración los gastos de producción y los gastos de transporte, mientras que tres de ellas con el 27,3% venden sus productos en base al precio de la competencia.

Análisis:

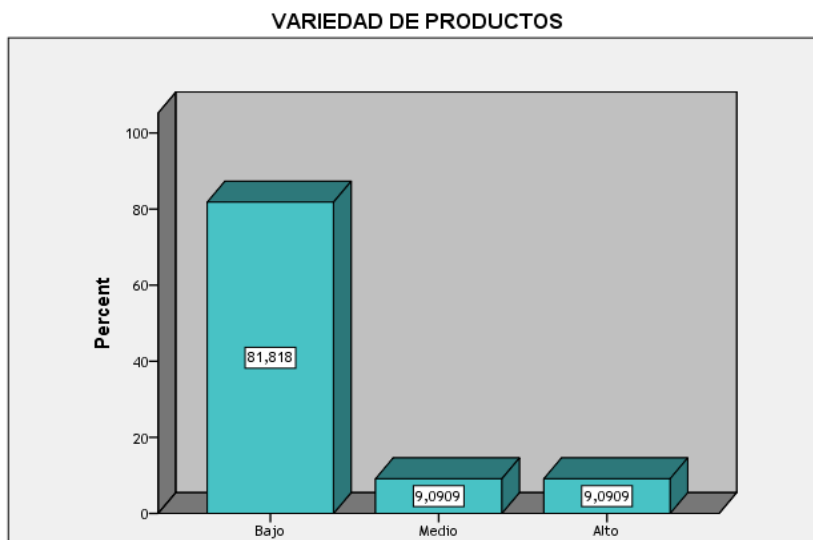
Los costos de distribución y ventas para las microempresas del sector lácteo es una **debilidad de nivel alto** debido a que el precio de venta al público es fijado en base a la competencia y los propietarios mano calculan con los gastos de la mano de obra, gastos de insumos, gastos de transporte entre otras. Por esta razón no obtiene ganancias de sus ventas.

Tabla N° 41: Variedad del producto

VARIEDAD DE PRODUCTOS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Bajo	9	81,8	81,8	81,8
	Medio	1	9,1	9,1	90,9
	Alto	1	9,1	9,1	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 29: Variedad de productos



Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

El 81.8% de las microempresas encuestadas no tienen variedad de productos para sus clientes, únicamente ofrecen el queso de sal, mientras que el 9,1% de las mismas ofrece queso fresco, quesillo, queso de baja temperatura pero en un nivel medio este producto es elaborado bajo pedido este es el caso de la quesera Anahí Belén, y el 9,1% ofrecen a sus clientes yogures, fundas de leche cuatro tipos de quesos que son elaborados en los lácteos Frylac

Análisis:

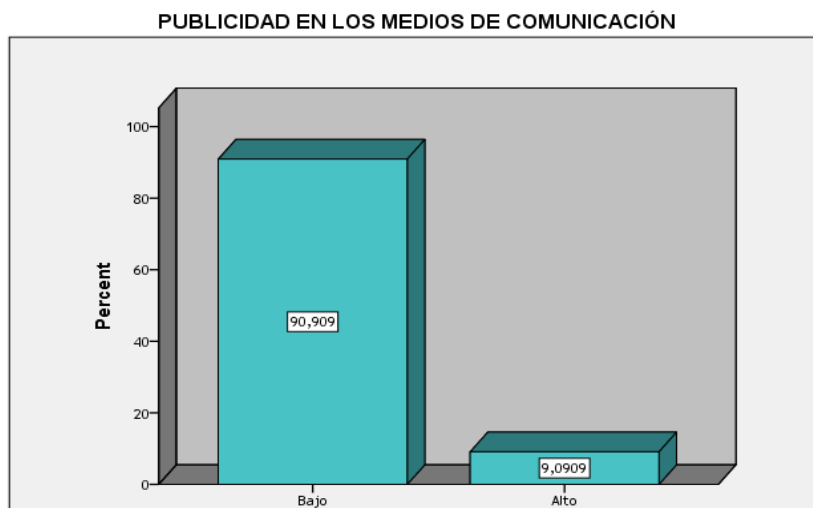
En las microempresas del sector lácteo se puede identificar que la mayoría no tiene variedad de productos por lo que se constituye en una **debilidad de nivel alto**.

Tabla N° 42: Publicidad

PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Bajo	10	90,9	90,9	90,9
	Alto	1	9,1	9,1	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 30 Publicidad



Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

De las 11 microempresas encuestadas 10 de ellas que corresponde al 90.9% no realizan publicidad en los medios de comunicación, mientras que el 9.1% realiza publicidad en un nivel alto estas microempresas se dan a conocer mediante la radio.

Análisis:

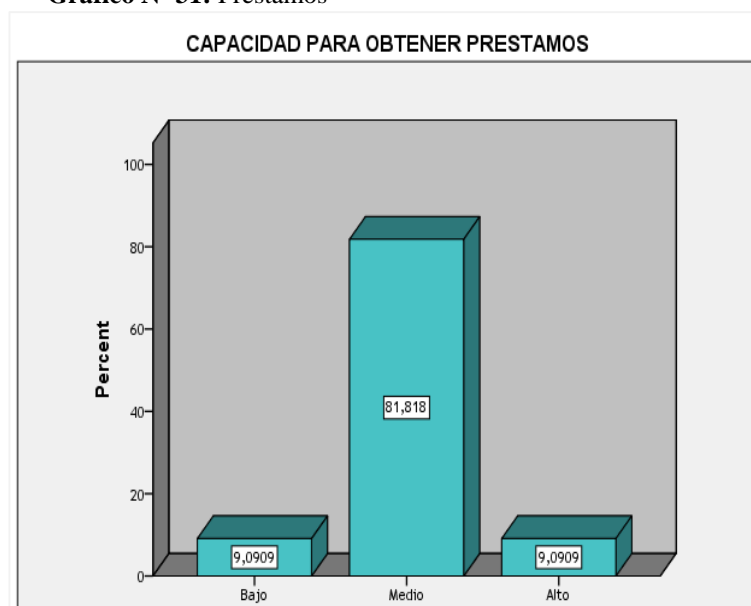
La publicidad en las microempresas lácteas es una **debilidad a nivel alto** debido a que la mayoría de ellas no se dan a conocer en los medios de comunicación esto se debe a que no pueden competir con las marcas ya posicionadas y no pueden malgastar sus ingresos.

Tabla N° 43: Préstamos

CAPACIDAD PARA OBTENER PRÉSTAMOS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Bajo	1	9,1	9,1	9,1
	Medio	9	81,8	81,8	90,9
	Alto	1	9,1	9,1	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 31: Préstamos



Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

De las 11 microempresas encuestadas el 81.8% poseen una capacidad de obtener préstamos medio debido a los trámites excesivos y a la demora en otorgar el crédito, el 9.1% tienen una capacidad baja para obtener préstamos por que en la inspección realizada por las entidades financieras no califica para el monto que requiere, y el 9.1% tiene un nivel alto para obtener préstamos por que la microempresa está bien equipada y las entidades financieras tienen respaldo suficiente para cobrar el crédito este es el caso de lácteos Frylac

Análisis:

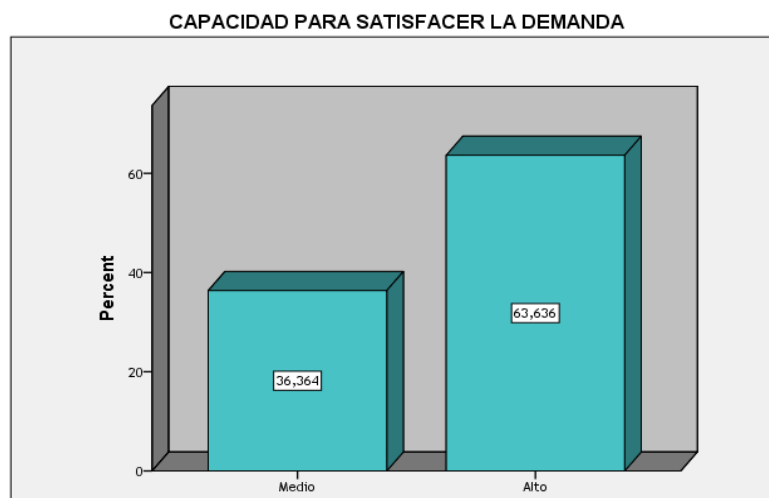
La capacidad de obtener préstamos para las microempresas lácteas es una **debilidad de nivel medio** por que la mayoría de ellas realiza créditos en entidades que les cobran tasas de interés altos pero les entregan el crédito inmediatamente.

Tabla N° 44: Demanda

CAPACIDAD PARA SATISFACER LA DEMANDA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Medio	4	36,4	36,4	36,4
	Alto	7	63,6	63,6	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 32: Demanda



Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

El 63.6% de las 11 microempresas encuestadas tienen la capacidad para satisfacer la demanda en un nivel alto, a pesar de que hubo pérdidas en la capacidad productiva de la leche en Mulaló a causa de la erupción volcánica los propietarios se han abastecido de otros lugares como Belisario Quevedo, Salcedo, Saquisilí entre otros. Seguido del 36.4% que corresponde a cuatro negocios con una capacidad de satisfacción de la demanda con un nivel medio debido a que se limitaron en conseguir la materia prima por los alrededores debido a l costo que incluye traer de lugares lejanos.

Análisis:

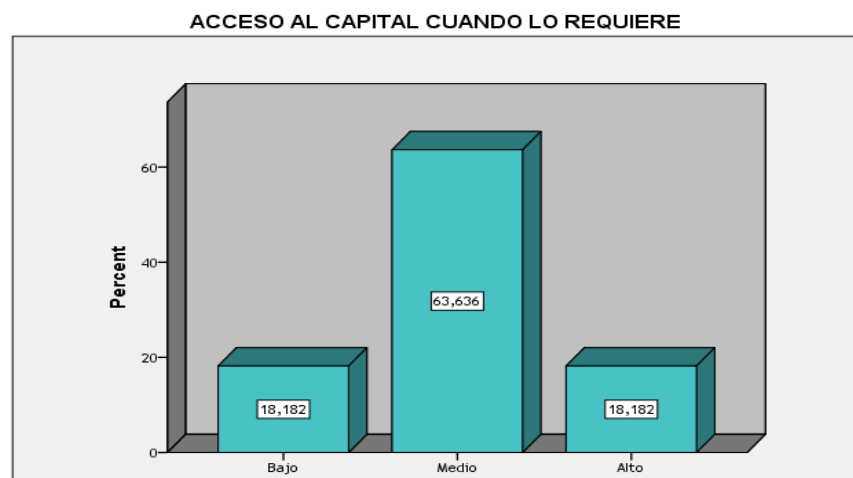
La capacidad de satisfacer la demanda en este sector es una **fortaleza de nivel medio** debido a que la mayoría de las microempresas cuentan con un nivel alto de satisfacción a la demanda pero el pago a sus proveedores es más caro.

Tabla N° 45: Capital

ACCESO AL CAPITAL CUANDO LO REQUIERE					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Bajo	2	18,2	18,2	18,2
	Medio	7	63,6	63,6	81,8
	Alto	2	18,2	18,2	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 33: Capital



Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

El 63.6% de las microempresas encuestadas tienen acceso al capital en un nivel medio debido a que entregan a crédito el producto y deben cancelar quincenalmente a sus proveedores por esta razón no existe capital suficiente para alguna necesidad, el 18,2% tienen acceso al capital en un nivel bajo y alto debido a que algunas de ellas toman el dinero de la microempresa para los gastos del hogar.

Análisis:

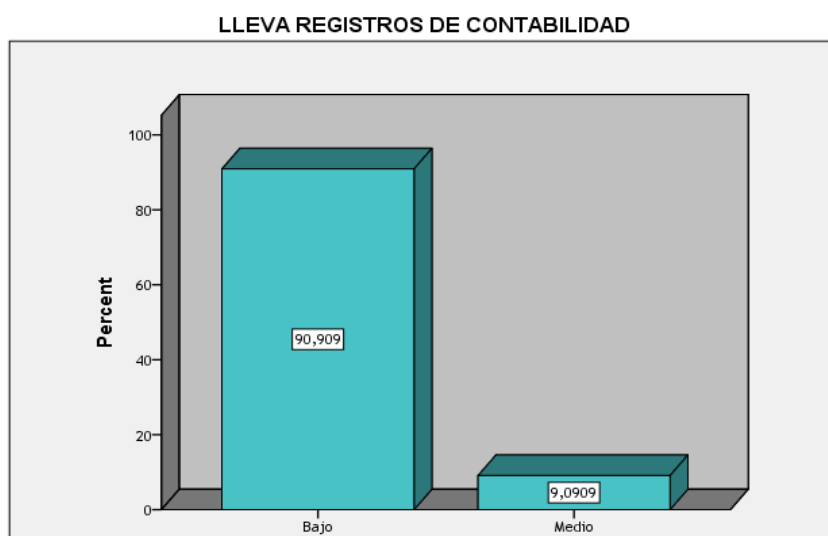
Las microempresas del sector lácteo no tienen acceso al capital cuando lo requieren por lo que se constituye en una **debilidad de nivel medio** por que los ingresos del negocio, son gastados en el hogar ya sea en educación, salud, vestimenta, alimentación entre otros.

Tabla N° 46: Registros contables

LLEVA REGISTROS CONTABLES					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Bajo	10	90,9	90,9	90,9
	Medio	1	9,1	9,1	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 34: Registros contables



Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

El 90.9% de las microempresas no llevan registros contables por esta razón no podemos saber si las mismas están incrementando sus ingresos, la mayoría de estas manifiestan que están registradas como artesanas por esta razón no le exigen a llevar contabilidad, el 9.1% que corresponde a una microempresa lleva contabilidad pero solo de las ventas en general.

Análisis:

En las microempresas lácteas existe la **debilidad de nivel alto** en la inexistencia de registros contables, por eso no podemos determinar si están obteniendo ganancias o están perdiendo.

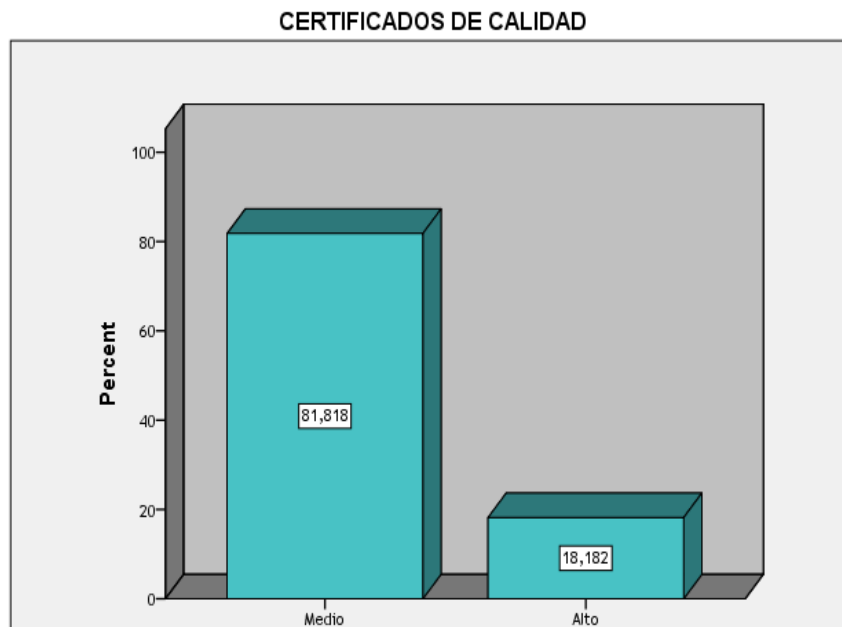
Tabla N° 47: Certificados de calidad

CUENTA CON CERTIFICADO DE CALIDAD					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Medio	9	81,8	81,8	81,8
	Alto	2	18,2	18,2	100,0

	Total	11	100,0	100,0
--	-------	----	-------	-------

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 35: Certificados de calidad



Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

De las 11 microempresas encuestadas nueve de ellas con el 81.8% tienen certificados de calidad a nivel medio debido a que únicamente cuentan con la certificación INEN esta certificación sirve únicamente para la venta del producto dentro del país. Mientras que el 18.2% tienen la certificación a nivel alto esto corresponde a dos negocios.

Análisis:

Las microempresas del sector lácteo tienen una **debilidad de nivel alto** por la inexistencia de los certificados de calidad esto se debe a que al ser registradas como artesanas no hay muchas exigencias para las mismas por esta razón solo cuentan con la certificación INEN

Tabla N° 48: Servicios básicos

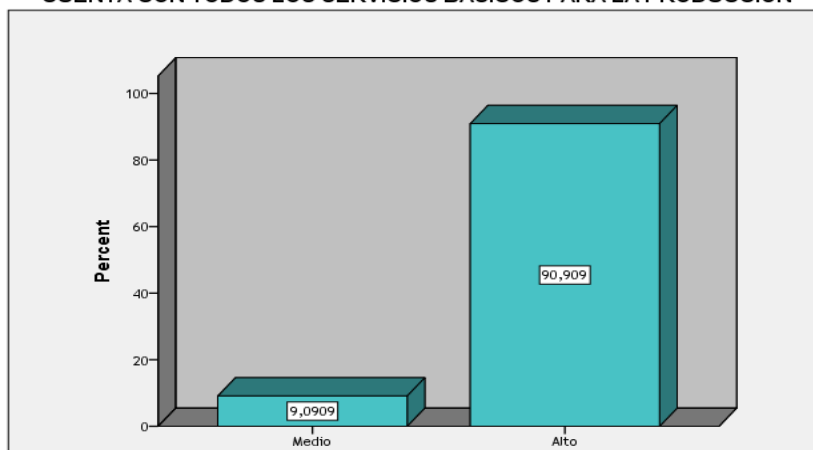
CUENTA CON TODOS LOS SERVICIOS BÁSICOS PARA LA PRODUCCIÓN					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Medio	1	9,1	9,1	9,1
	Alto	10	90,9	90,9	100,0

	Total	11	100,0	100,0	
--	-------	----	-------	-------	--

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 36: Servicios básicos

CUENTA CON TODOS LOS SERVICIOS BÁSICOS PARA LA PRODUCCIÓN



Fuente: Investigación de campo

Interpretación:

De las 11 microempresas encuestadas el 90.9% que corresponde a 10 negocios cuentan con todos los servicios básicos para la producción en un nivel alto y el exceso de consumo no es muy caro, mientras que una de ellas que representa el 9.1% tienen un nivel medio de servicios básico esto se debe a que los pagos de consumo de agua subieron sus precios y se limitan al uso de los metros cúbicos establecidos para las microempresas este es el caso de la quesera Anahí Belén.

Análisis:

Los servicios básicos para este sector es una **fortaleza de nivel medio** porque algunas de ellas tienen interrupciones de energía eléctrica y del agua.

11.4.1. Matriz PCI

Esta matriz fue adaptada de acuerdo a las necesidades del investigador con las siguientes preguntas

Tabla N° 49: Matriz PCI

CAPACIDAD DIRECTIVA	Fortaleza			Debilidad			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
El personal conoce claramente sus funciones	x						x		
Planifica las actividades en la empresa					x			x	
Utiliza herramientas administrativas				x			x		
Existe Comunicación y control gerencial		x					x		
Habilidad para enfrentar la competencia		x					x		
CAPACIDAD TECNOLÓGICA	Fortaleza			Debilidad			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Nivel de tecnología utilizado en los productos					x			x	
Intensidad de mano de obra en el producto	x						x		
Adecuada infraestructura del negocio		x						x	
CAPACIDAD DEL TALENTO HUMANO	Fortaleza			Debilidad			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Personal altamente calificado	x						x		
Nivel académico del talento humano		x					x		
Motivación al personal		x						x	
Accidentabilidad del personal en el trabajo	x								x
Trabajo en equipo	x						x		
CAPACIDAD COMPETITIVA	Fortaleza			Debilidad			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Lealtad y satisfacción del cliente		x						x	
Excelente servicio y calidad del producto					x			x	

Elaborado
por: Grupo de
investigación

Participación en el mercado			X						X
Costos de distribución y ventas				x			x		
Variedad de productos				x			x		
Realiza publicidad				x			x		
CAPACIDAD FINANCIERA	Fortaleza			Debilidad			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Capacidad para obtener prestamos					x			x	
Capacidad para satisfacer la demanda		x						x	
Acceso al capital cuando lo requiere					x			x	
Lleva registros de contabilidad				x			x		
CAPACIDAD PRODUCTIVA	Fortaleza			Debilidad			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Certificados de calidad				x			x		
Cuenta con todos los servicios básico para la producción		x						x	

11.5. Informe

TEMA: “FACTORES DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS PRODUCTORAS DE LÁCTEOS DEL CANTÓN LATACUNGA, PARROQUIA MULALÓ”.

Objetivo:

Para la presente investigación donde se busca determinar factores que inciden en el crecimiento empresarial resulto indispensable el análisis a nivel interno y externo así como lo mencionan varios autores citados en el marco teórico.

Técnica de recolección

Encuesta.-, Para el mismo se utilizó un instrumento basado en las herramientas que se utilizaron sin antes verificar su validez, para ello se empleó el software SPSS que facilita la tabulación de datos y permite el cálculo del ALPHA DE CRONBACH en el que se obtiene el porcentaje de confiabilidad para la aplicación del instrumento.

Unidad de Estudio

Las 11 microempresas productoras de lácteos de la parroquia Mulaló fueron la fuente primaria de información el instrumento fue aplicado a los propietarios con ello se logró recopilar datos relevantes para el estudio. Cabe hacer énfasis que para el trabajo investigativo no se realizó el cálculo de la muestra y se trabajó con todas las microempresas del lugar y sector mencionado por ser una cantidad mínima y además varias de ellas desertaron hace un tiempo atrás.

11.5.1. Diagrama de Pareto

Una vez aplicada las encuestas y mediante la aplicación del diagrama de Pareto conocido también como el 80/20 se determinó los factores de crecimiento empresarial más representativos a nivel interno del sector lácteo de la parroquia Mulaló. Obteniendo los siguientes resultados:

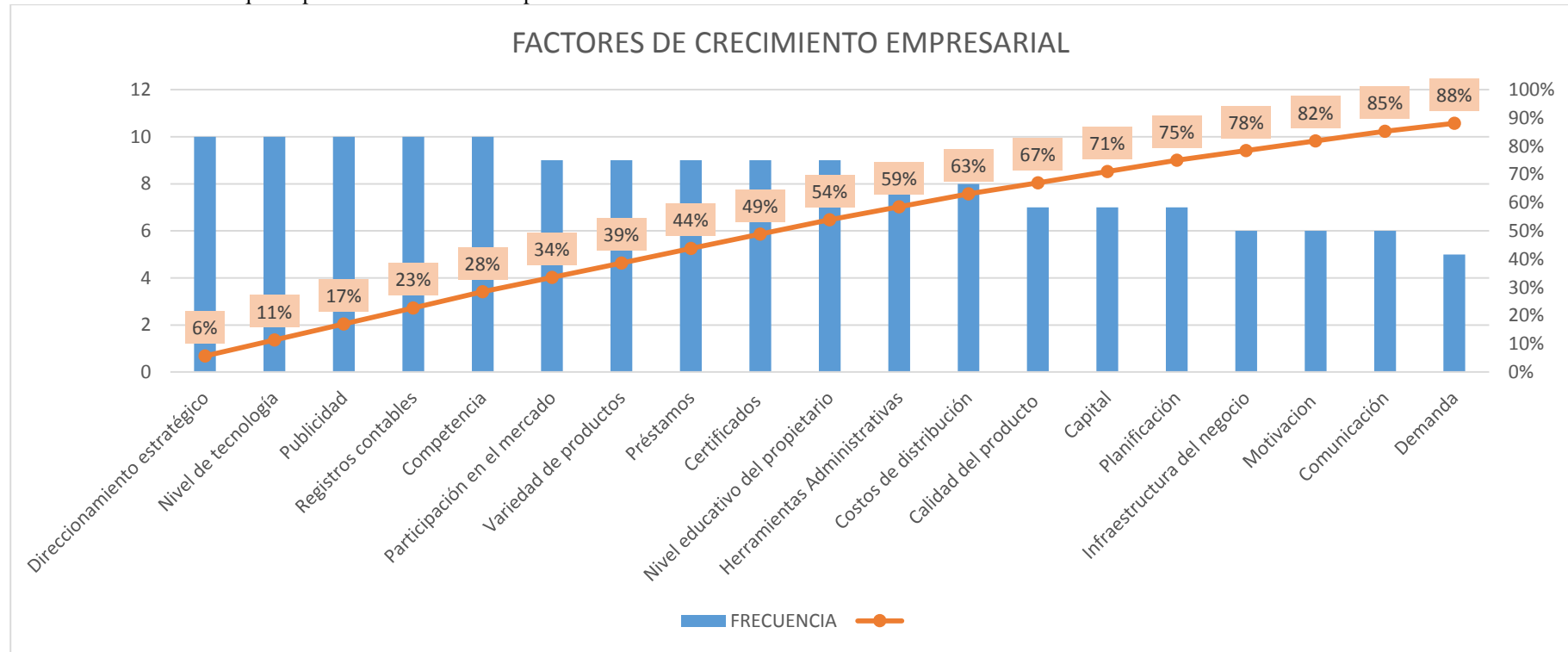
Tabla N° 50: Diagrama de Pareto factores internos

FACTORES DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS DE MULALÓ			
Causas	Frecuencia	% Frecuencia Acumulada	Frecuencia Acumulada
Direccionamiento estratégico	10	5,68%	10
Nivel de tecnología	10	11,36%	20
Publicidad	10	17,05%	30
Registros contables	10	22,73%	40
Competencia	10	28,41%	50
Participación en el mercado	9	33,52%	59
Variedad de productos	9	38,64%	68
Préstamos	9	43,75%	77
Certificados	9	48,86%	86
Nivel educativo del propietario	9	53,98%	95
Herramientas Administrativas	8	58,52%	103
Costos de distribución	8	63,07%	111
Calidad del producto	7	67,05%	118
Capital	7	71,02%	125
Planificación	7	75,00%	132
Infraestructura del negocio	6	78,41%	138
Motivación	6	81,82%	144
Comunicación	6	85,23%	150
Demanda	5	88,07%	155
Personal calificado	4	90,34%	159
Trabajo en equipo	3	92,05%	162
Lealtad del personal	3	93,75%	165
Mano de obra	3	95,45%	168
Accidentabilidad	2	96,59%	170
Nivel académico	2	97,73%	172
Funciones del personal	1	98,30%	173
Habilidad de Competencia	1	98,86%	174
Servicios Básicos	1	99,43%	175
Estilo de Vida	1	100,00%	176

Elaborado por: Grupo de investigación

En el gráfico obtenido se puede observar que un 20% de los factores, generan el 80% de los problemas, por esta razón las microempresas no logran un crecimiento a nivel empresarial. Siendo estos los siguientes factores negativos. Los porcentajes que más se alejan del 80% son considerados como los principales problemas para las microempresas siendo estas las siguientes.

Gráfico N° 37: Factores que impiden el crecimiento empresarial



Elaborado por: Grupo de investigación

Tabla N° 51: Matriz de análisis y diagnóstico externo

MATRIZ DE ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO EXTERNO (MADE)

													<i>Indicador de Diagnóstico Externo:</i>			
<i>E. Específico:</i>		Enfoque Sistémico											-0,22		100,00%	
<i>Organización:</i>		Microempresas Lacteas				LAS 4 P'S MKT				EVAL. FACTORES			<i>Tot. Factores :</i>		14	
n	Tipo Entorno	Variable	Factor	PO	PE	PA	PR	MN	N	0	P	MP	W	Valor	Total	
1	E. General	Político	Leyes o regulaciones políticas						x				7,69%	-1	-0,0769	
2	E. General	Político	Ayudas gubernamentales								x		7,69%	1	0,0769	
3	E. General	Político	Reformas en la ley tributaria						x				8,79%	-1	-0,0879	
4	E. General	Político	Impuestos						x				8,79%	-1	-0,0879	
5	E. General	Económico	Inflación						x				5,49%	-1	-0,0549	
6	E. General	Económico	Tasa de interés					x					13,19%	-2	-0,2637	
7	E. General	Social	estilo de vida								x		4,40%	1	0,0440	
8	E. General	Demográfico	Crecimiento poblacional								x		4,40%	1	0,0440	
9	E. General	Social	Desempleo						x				7,69%	-1	-0,0769	
10	E. General	Tecnológico	internet y redes sociales								x		4,40%	1	0,0440	
11	E. General	Tecnológico	innovación en los productos									x	12,09%	2	0,2418	
12	E. General	Tecnológico	Mejoras tecnológicas								x		7,69%	1	0,0769	
13	E. General	Ecológico	Fenómenos naturales						x				5,49%	-1	-0,0549	
14	E. General	Ecológico	Cambios Climáticos					x					2,20%	-2	-0,0440	

Adaptado de: Ríos F.

Tabla N° 52: Reporte final Matriz MADE

REPORTE FINAL DE LA MATRIZ DE ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO EXTERNO

INDICADOR DE DIAGNOSTICO EXTERNO: **-0,22** ENTORNO NO FAVORABLE

OPORTUNIDADES: 0,53

AMENAZAS: -0,75

Fecha Actualización:

30 de julio de 2005

Los 3 Factores del entorno que más afectan a la Organización:

N	Factores Importantes:	Valor	%	O/R
1	Tasa de interés	-0,2637	35,16%	AMENAZA
2	innovación en los productos	0,2418	45,61%	OPORTUNIDAD
3	impuestos	-0,0879	11,72%	AMENAZA

Muy Positivo	2
Positivo	1
Neutro	0
Negativo	-1
Muy negativo	-2

Las 3 Variables del entorno que más afectan a la Organización:

N	Variables Importantes:	Oportunidad	Riesgo	Valor Final
1	Tecnológico	0,3626	0	0,3626
2	Económico	0,0000	0,31868	-0,3187
3	Político	0,0000	0,31868	-0,3187

Indicador	
Independencia:	(0, 0.7)
Dependencia:	(0.7, 1)

Dependencia e Independencia de las Oportunidades y Amenazas:

	Total	20% Factores	I	
Oportunidades:	6	2	0,60	INDEPENDIENTE
Amenazas:	8	2	0,47	INDEPENDIENTE

Adaptado de: Ríos F.

Tabla N° 53: Factores positivos y negativos internos de crecimiento empresarial

FACTORES DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS DE MULALÓ			
FACTORES QUE IMPIDEN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS DE MULALÓ	PORCENTAJE MAS REPRESENTATIVO	FACTORES QUE AYUDAN AL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS DE MULALÓ	PORCENTAJE MAS REPRESENTATIVO
Direccionamiento estratégico	5,7%	Innovación en los productos	45,6%
Nivel de tecnología	11,4%	Motivación	82,0%
Publicidad	17,0%	Comunicación	85,2%
Registros contables	22,7%	Demanda	88,1%
Competencia	28,4%	Personal calificado	90,3%
Financiamiento (tasas de interés)	35,2%	Trabajo en equipo	92,0%
Impuestos	11,7%	Lealtad del personal	93,8%
Participación en el mercado	33,5%	Mano de obra	95,5%
Variedad de productos	38,6%	Accidentabilidad	96,6%
Préstamos	43,8%	Nivel académico	97,7%
Certificados	48,9%	Funciones del personal	98,3%
Nivel educativo del propietario	54,0%	Habilidad de Competencia	98,9%
Herramientas Administrativas	58,5%	Servicios Básicos	99,4%
Costos de distribución	63,1%		
Calidad del producto	67,0%		
Capital	71,0%		
Planificación	75,0%		
Infraestructura del negocio	78,4%		

Elaborado por: Grupo de investigación

Análisis de factores que impiden el crecimiento empresarial

Los propietarios de las microempresas deben centrarse en darles un direccionamiento estratégico a sus negocios debido a que este es el principal factor que no permite que las mismas tengan un crecimiento adecuado con un 5.7% siendo este el porcentaje más bajo, seguido del nivel tecnológico con el 11.14%, la publicidad con el 17%, los registros contables con 22.7%, la competencia 28.2%, Variedad de productos 38.6% Calidad del producto 67% entre otros. La mayoría de los factores que impiden el crecimiento de los negocios son factores internos, los mismos que deben ser corregidos para obtener mejores resultados.

El análisis PESTA fue utilizado como herramienta principal para la identificación de factores externos debido a que es muy útil en situaciones en las se carece de información preliminar ya que es un excelente punto de partida, además el uso de dicha herramienta proporciona información importante a la empresa en cuanto a las oportunidades y amenazas que se encuentran en el entorno y con ello puedan aprovecharlas o contrarrestarlas con decisiones correctas.

A través de la metodología empleada en este análisis se pudo determinar factores representativos que influyen de manera positiva y también negativa en las microempresas dando como resultado lo siguiente: en cuanto a factores que impiden el crecimiento de este tipo de negocios el más importante resulta el financiamiento con el 35.2% debido a que las tasas de interés de pago para los microempresarios son muy elevadas además deben presentar el justificativo de ingresos entre otros trámites. Otro de los factores son los impuestos que afectan a las microempresas en un 11.7% ya que son excesivos y las reformas a las mismas son constantes. Por otra parte uno de los obstáculos para el desarrollo de las microempresas es el marco regulatorio, el gobierno exige que todo negocio se desenvuelva de manera formal pero en el Ecuador existe un alto nivel de informalidad de las mismas ya que muchas de estas no cuentan con las licencias municipales requeridas, no registran a sus empleados en la seguridad social, ni reportan sus niveles de ventas a la autoridad impositiva. Las microempresas de la parroquia Mulaló son considerados artesanos y están inscritos oficialmente en el ministerio de trabajo, en la seguridad social y en servicio de rentas internas (SRI por ende pagan impuestos, inscripciones, tasas etc. Que aunque no son altas son trámites bastante complicados y tediosos a la vez. El 72.7% manifiestan su inconformidad no solo por los tramites excesivos sino también por sus regulaciones constantes en los últimos años.

12. IMPACTOS

12.1. Impactos Socio cultural

En el presente proyecto de investigación se espera obtener un impacto socio cultural con un cambio en los hábitos de consumo, de productos lácteos como el queso, debido a que son elaborados naturalmente sin químicos y sin colorantes, beneficiando a los consumidores de la parroquia Mulaló, por esta razón se podrá mejorar la calidad de vida de las personas.

12.2. Impacto económico

Una vez que los propietarios de las microempresas conozcan los factores de crecimiento empresarial se lograra un beneficio económico para los negocios por que se mejoraran los procesos productivos ofreciendo a los consumidores un producto de calidad, mejorando la rentabilidad de los negocios.

Se espera que las utilidades generadas durante el año sean destinadas a la reinversión ya sea en la infraestructura, en equipos que vayan en beneficio del crecimiento de la microempresa.

De esta manera se lograra incentivar a la población a crear su propio negocio, generando nuevas fuentes de trabajo en las zonas rurales de la provincia de Cotopaxi teniendo como resultado el bienestar comunitario de las personas.

13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

13.1. Conclusiones

- ❖ Luego de estudiar y analizar diferentes herramientas para la elaboración del diagnóstico situacional del sector lácteo se pudo identificar que los más idóneos son: el análisis de Perfil de Capacidad Interna (PCI), el análisis PESTA y el análisis del diagrama de Pareto los mismos que nos permitieron identificar los factores de crecimiento empresarial en las microempresas productoras de lácteos de la Parroquia Mulaló.

- ❖ A través del análisis político, económico, social, tecnológico y económico (PESTA) y la elaboración de la matriz de perfil de capacidad interna (PCI) y a partir del instrumento idóneo adaptable a la realidad de las microempresas, se desarrolló el diagnóstico situacional a nivel general de las 11 microempresas que resultado indispensable para identificar las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades, permitiendo conocer sus falencias más representativas enfocadas al crecimiento empresarial en las microempresas.

- ❖ Mediante el empleo del análisis del diagrama de Pareto se pudo determinar que los factores que inciden de manera negativa y que impiden un crecimiento sostenible son: la inexistencia del direccionamiento estratégico con el 5%, bajo nivel de tecnología el 11.4%, Inexistencia de publicidad con el 17%, inadecuado manejo de Registros contables con el 22,7%, baja participación en el mercado con el 33,5%, inexistencia de Variedad de productos con el 38.6%, baja capacidad de obtener préstamos con el 43.8% tasas de interés elevadas para el financiamiento 35,2%. Con este análisis constatamos los factores determinantes para el crecimiento de este tipo de negocios y se puede visualizar que a nivel interno las falencias son en mayor rango.

13.2. Recomendaciones

- ❖ Se recomienda a las personas que desarrollan proyectos investigativos tener en cuenta esta información que podría ser considerada para la elaboración de una Planificación Estratégica debido a que la mayoría de las microempresas lácteas no cuentan con un direccionamiento estratégico. Este podría ser un paso muy importante para la elaboración de un Modelo de Gestión Administrativo debido a que se identificaron falencias administrativas y no utilizan herramientas administrativa. Además se determina que sería de gran ayuda la elaboración de un Plan de Marketing para este sector porque los propietarios de los negocios no realizan publicidad y no toman en consideración los costos de la materia prima, la mano de obra y la distribución para fijar el precio de venta al público.

- ❖ Se recomienda a los propietarios de las microempresas llevar registros contables para verificar mediante los indicadores de gestión con más exactitud si las mismas tienen un crecimiento adecuado. Además se sugiere la elaboración de distintos productos derivados de la leche para que puedan ofrecer a los clientes variedad de productos y poder competir en el mercado.

- ❖ Como recomendación final se sugiere a los propietarios de las microempresas hacer uso de esta investigación para que puedan tomar decisiones adecuadas basadas en el presente estudio, ya que consta de factores internos y externos analizados partiendo de una situación real por la que atraviesan este tipo de negocios. Tomando en consideración los porcentajes en una escala del 1% hasta

el 80% que son factores que inciden de manera negativa los negocios mejorara su situación.

14. BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, J. (24 de Agosto de 2010). La Comunicación Interna. Recuperado el 23 de Abril de 2017, de <https://www.gestiopolis.com/comunicacion-interna/>
- Alvares, G. (7 de Septiembre de 2013). Factores que impide el crecimiento de una empresa. Obtenido de <http://www.sumatealexito.com/tres-factores-que-impiden-el-crecimiento-de-una-empresa/>
- Amaya, J. (2008). Gerencia Planeación y Estrategia. En J. Amaya, Gerencia y Software para el control de planes (Vol. 2, pág. 23). Bogota, Colombia: Publicaciones Santo.
- Argotty, I., Hernández, G., Rodríguez, D., & Romero, E. (4 de Diciembre de 2013). Toma de desiciones empresariales. Recuperado el 18 de Abril de 2017, de <http://www.umariana.edu.co/RevistaUnimar/publicaciones/RevistaUnimarVol31No2/assets/basic-html/page55.html>
- Astudillo, S. C. (2013). El efecto de la innovación en las mipymes de Cuenca, Ecuador. Revista semestral de la DIUC, 35-46.
- ÁVALOS, F. (3 de Junio de 2009). Factores determinantes de la competitividad empresarial . Obtenido de <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/333768/1/97-324-1-PB.pdf>
- Betancourt, D. (11 de Abril de 2016). Capacidad de producción. Recuperado el 2 de Junio de 2017, de <https://ingenioempresa.com/capacidad-produccion-empresa/>
- Blasquez, F., Dorta, J., & Verona, M. (8 de Mayo de 2006). Factores del crecimiento empresarial. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v16n28/v16n28a03.pdf>
- Botero, M. (16 de agosto de 2010). El análisis del contexto político – legal, económico, socio demográfico y tecnológico, (PEST), una necesidad para asegurar la viabilidad de una empresa. Obtenido de <https://www.gerencie.com/el-analisis-del-contexto-politico-legal-economico-socio-demografico-y-tecnologico-pest-una-necesidad-para-asegurar-la-viabilidad-de-una-empresa.html>
- Chapman, A. (22 de Agosto de 2004). Análisis PEST. Obtenido de <http://www.degerencia.com/articulos.php?artid=544>

- Chávez, R. (22 de Octubre de 2016). Ganaderos de Cotopaxi. Recuperado el 29 de Abril de 2017, de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional-centro/1/ganaderos-de-cotopaxi-producen-590-000-litros-de-leche-por-dia>
- Fukui, R., Honda, Y., Inoue, H., Kaneko, N., Miyauchi, I., Soriano, S., Yagi, Y., Gonzalez, R., Gibler, N. (4 de marzo de 2004). Manual de Administracion de la Calidad Total y circulos de control de calidad. Obtenido de http://www.inacal.org.uy/files/userfiles/file/VII_%20ManualACTyCCC.pdf
- Galhardi, C. (s.f.). PROPUESTA METODOLÓGICA PARA EL ANÁLISIS DE CONTENIDO . SAO PAULO, BRASIL.
- Heredia, F. (11 de Mayo de 2009). Las pequeñas empresas y las causas de sus fracasos. Obtenido de <http://www.pymempresario.com/2009/05/las-pequenas-empresas-y-las-causas-de-sus-fracasos/>
- Hernandez, A. (2015). El estudio del crecimiento de la poblaciones humanas. Red de revistas científicas de America Latina, el Caribe, España y Portugal, 17-20.
- Herrera, R., & Baquero, B. (s.f.). LAS CINCO FUERZAS DE PORTER. Obtenido de <http://www.elmayorportaldegerencia.com/Documentos/Emprendedores/%5BPD%5D%20Documentos%20-%205%20fuerzas%20de%20porter.pdf>
- Hoyos, A. Y. (2015). Semaforización de productos de consumo, tendencia y culturización en los ecuatorianos . revista eumednet., 1-15.
- Ingrid, P. (9 de septiembre de 2011). Ventajas y desventajas del análisis. Obtenido de <http://analisispest.blogspot.com/2011/09/ventajas-y-desventajas-del-analisis.html>
- Iurrita, E. (2011). Crecimiento y Competitividad. Obtenido de <https://www.bizkailab.deusto.es/wp-content/uploads/2012/04/5762-Report-01-Competitividad.pdf>
- Lacayo, M., & Garcia, S. (s.f.). Problemas que impiden la permanencia y crecimiento de las pequeñas y medianas empresas Mexicanas. Recuperado el 19 de Abril de 2017, de http://www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_aal2011/cd/62c.pdf
- Leal, F., González, R., & Herrera, L. (Febrero de 2013). Capacidad financiera como una fuente para el desarrollo sustentable. International Review of Business Research Papers, 9(2), 201. Recuperado el 2 de Junio de 2017, de <https://www.bizresearchpapers.com/13.%20Paper%203002.%20Leal%20Medina%20Felipe.%20Online%20ready.pdf>
- Lopez, A. (14 de Junio de 2009). Las 5 fuerzas de Porter. Obtenido de <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-son-las-fuerzas-de-porter>
- Maisanche, F. (07 de Septiembre de 2015). El ganado lechero es el principal afectado por la ceniza del Cotopaxi. Recuperado el 30 de Abril de 2017, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/ganado-lechero-afectado-ceniza-cotopaxi.html>

- Méndez, A. (10 de Agosto de 2013). Motivación Empresarial. Recuperado el 21 de Abril de 2017, de <https://www.euroresidentes.com/empresa/motivacion/motivacion-empresarial>
- Menéndez, P. (2011). Como promover el crecimiento empresarial. Recuperado el 20 de Abril de 2017, de <http://retos-directivos.eae.es/como-hacer-para-promover-el-crecimiento-empresarial/>
- Minalla, C. (21 de junio de 2011). Avances Tecnológicos en Ecuador. Obtenido de http://www.ecotec.edu.ec/documentacion%5Cinvestigaciones%5Cestudiantes%5Ctrabajos_de_clases/26954_2011_PASANTIAS_TRECALDE_000000682.pdf
- Moreno, L. (Septiembre de 2006). La Microempresa en Ecuador. Recuperado el 19 de Abril de 2017, de <https://www.microfinancegateway.org/sites/default/files/mfg-es-documento-la-microempresa-en-ecuador-perspectivas-desafios-y-lineamientos-de-apoyo-9-2006.pdf>
- Navarro, J. (11 de Marzo de 2009). Las 5 fuerzas de Porter. Obtenido de <https://www.elblogsalm.com/conceptos-de-economia/que-son-las-fuerzas-de-porter>
- Ortiz, J. (7 de noviembre de 2014). Finanzas Poyectos. Obtenido de Tasas de interés activa y pasiva: <http://finanzasypoyectos.net/tasa-de-interes-pasiva-y-activa/>
- Osorio, J. (2010). Implementación de un modelo administrativo para las empresas que pertenecen a parquesoft pereira. *Scientia et Technica* , 130-132.
- Perera, F. (22 de enero de 2012). Inflación y Pequeñas y Medianas empresas. Obtenido de https://www.academia.edu/2077216/Inflaci%C3%B3n_y_Peque%C3%B1as_y_Medianas_Empresas
- Pierluissi, N. (9 de Octubre de 2012). Las 5 fuerzas de Porter. Recuperado el 29 de Abril de 2017, de <http://modelodelascincofuerzasdeportergrupo5.blogspot.com/>
- Pineda, D. (28 de enero de 2013). Tendencias de innovación en el sector lácteo . Obtenido de <http://www.innovacion.gob.sv/inventa/attachments/article/3169/Tendencias%20de%20innovacion%20en%20el%20sector%20lacteo.pdf>
- Reyes, F. (5 de Marzo de 2013). Talento Humano. Obtenido de <http://talentohumanofaba2013.blogspot.com/2013/03/definicion-de-talento-humano.html>
- Ruano, L. (4 de Febrero de 2014). El tamaño de la empresa si importa. Recuperado el 19 de Abril de 2017, de <http://www.todostartups.com/bloggers/cuando-el-tamano-de-la-empresa-si-es-importante-por-luisruanomarron>
- Ruiz, C. (2000). Que es el desempleo. *Revista científicas Complutenses*, 59-67.
- Serna, H. (2008). Planeación y Gestión Estratégica. Recuperado el 23 de Abril de 2017, de <http://gerest.es.tl/ANALISIS-PCI.htm>

- Serna, H. (2015). SERIE DE MANUALES PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA. En H. Serna. Medellin: Fondo Editorial.
- Servin, L. (2016). Por qué es importante el control Interno. Recuperado el 21 de Abril de 2017, de <https://www2.deloitte.com/py/es/pages/audit/articles/opinion-control-interno-empresas.html>
- Solval, J. (13 de 3 de 2010). El Proceso Administrativo . Obtenido de http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/36395567/El_Proceso_AdministrativoIII_-_SE-jwf.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1483638244&Signature=IbHCs6zIPYopel8iXY4pZ%2FOXAOQ%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DEl_Proc
- Team, P. (Junio de 2015). Análisis de las capacidades de la empresa. Obtenido de <http://www.practicalteam.com/blog/analisis-de-las-capacidades/>
- Tomas, U. S. (2014). La empresa y los factores externos. Obtenido de http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/carlosriverso-fundadmon/la_empresa_y_los_factores_externos.html
- Torreblanca, F. (10 de diciembre de 2014). Que es macroentorno y su papel en la estrategia. Obtenido de <http://franciscotorreblanca.es/que-es-el-macroentorno/>
- Vásquez, A. (6 de Octubre de 2006). Habilidades Tecnológicas . Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/255332>
- Villalobos, J. (4 de Junio de 2012). Las 5 fuerzas de porter. Recuperado el 23 de Abril de 2017, de <https://coyunturaeconomica.com/marketing/cinco-fuerzas-competitivas-de-michael-porter>

15. ANEXOS

Anexo N° 1: Curriculum vitae del tutor

DATOS PERSONALES

NOMBRES Y APELLIDOS: ROBERTO CARLOS ARIAS FIGUEROA

FECHA DE NACIMIENTO: 06/08/1975

NACIONALIDAD: ECUATORIANA

CÉDULA DE CIUDADANÍA: 0502123730

ESTADO CIVIL: DIVORCIADO

NÚMEROS TELEFÓNICOS: 0995493415

DIRECCIÓN DOMICILIARIA: ANTONIA VELA Y ALBERTO SEMANATE 2-47

E-MAIL: roberto.arias@utc.edu.ec



a) FORMACIÓN ACADÉMICA

NIVEL DE INSTRUCCIÓN	No. DE REGISTRO (SENESCYT)	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	TÍTULO OBTENIDO	PAIS
NIVEL PRIMARIO		ESCUELA SAN JOSE LA SALLE	EDUCACIÓN BÁSICA	ECUADOR
NIVEL SECUNDARIO		COLEGIO TÉCNICO RAMON BARBA NARANJO	BACHILLER TÉCNICO INDUSTRIAL	ECUADOR
TERCER NIVEL	1046-07-745302	UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA	INGENIERO COMERCIAL	ECUADOR

		DEL ECUADOR		
4TO NIVEL - MAERSTRÍA	1010-13- 86034433	UNIVERSIDA D TECNICA DE AMBATO	MAGISTER EN GESTION FINANCIER A	ECUADO R

b) CAPACITACIÓN PROFESIONAL

Capacitación Profesional en el Campo del conocimiento				
TIPO	NOMBRE DEL EVENTO (TEMA)	EMPRESA / INSTITUCIÓN QUE ORGANIZA EL EVENTO	DURACIÓN HORAS	FECHA
SEMINARIO	INNOVACIÓN EN PYMES	Universidad Técnica de Cotopaxi	40	01/05/2015
SEMINARIO	Dirección Estratégica de Recursos Humanos	Universidad Técnica de Cotopaxi	40	01/12/2014
SEMINARIO	Planificación Estratégica: Un Enfoque de Gestión	Corporación Edi Ábaco	40	24/10/2014
CURSO	Análisis Estadístico y Econométrico con STATA 12,0	ASO.M.I.P	40	16/08/2014
CURSO	Administrador de Sistemas de Gestión	Perfomance y Solutions	40	25/10/2013
SEMINARIO	NIFF Para las PYMES	Consultores Morán Cedillo	32	30/07/2011

Capacitación y actualización profesional en Metodologías de Aprendizaje e Investigación				
TIPO	NOMBRE DEL EVENTO (TEMA)	EMPRESA / INSTITUCIÓN QUE ORGANIZA EL EVENTO	DURACIÓN HORAS	FECHA
Seminario	Diseño de aulas virtuales	Universidad Técnica de Cotopaxi	80	12/02/2016
Curso	II Jornadas Científicas de la UTC 2015 " Cultura Científica Colaborativa en los Procesos de Investigación Universitaria"	Universidad Técnica de Cotopaxi	24	25/03/2015
Curso	Ciencia, Tecnología y propiedad intelectual, en la sociedad del conocimiento	Universidad Técnica de Cotopaxi	40	03/10/2014
Curso	Jornadas Académicas "Reforma Universitaria en la UTC. Retos y perspectivas"	Universidad Técnica de Cotopaxi	40	01/09/2013
Curso	Gestión Académica en el Aula Universitaria	Universidad Técnica de Cotopaxi	32	01/03/2013
Seminario	La generación de competencias genéricas circunscritas en comprensión lectora, expresión escrita y el desarrollo del pensamiento crítico con fines de evaluación y acreditación	Universidad Técnica de Cotopaxi	64	01/08/2012
Seminario	La Universidad del Tercer Milenio	Universidad Técnica de Cotopaxi	18	12/01/2012

Curso	Capacitación: Hacia la aplicación del Modelo Educativo Liberador de la UTC	Universidad Técnica de Cotopaxi	32	21/09/2011
-------	--	---------------------------------	----	------------

c) TRAYECTORIA LABORAL RELACIONADA CON EL PUESTO

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN / ORGANIZACIÓN	UNIDAD ADMINISTRATIVA (DEPARTAMENTO / ÁREA / DIRECCIÓN)	DENOMINACIÓN DEL PUESTO	TIPO DE INSTITUCIÓN	FECHA DE INGRESO	FECHA DE SALIDA
Experiencia en Docencia universitaria					
Universidad Técnica de Cotopaxi	Facultad de Ciencias Administrativas	Docente	Pública otra	25/10/2010	EN CURSO
Experiencia profesional en el campo del conocimiento en el sector público o privado					
Fondo de Desarrollo Microempresarial FODEMI	Crédito	Supervisor	Privada	01/12/2003	25/10/2013
Experiencia en Funciones de Gestión Académica					
Universidad Técnica de Cotopaxi	Dirección de Investigación	Docente Investigador	Pública otra	28/03/2011	06/08/2011
Universidad Técnica de Cotopaxi	Dirección de Evaluación Interna	Equipo Apoyo de la Carrera	Pública otra	03/10/2011	25/02/2012

Universidad Técnica de Cotopaxi	Facultad de ciencias Administrativas	Equipo Desarrollo de Evaluación de carrera	Pública otra	01/03/2012	01/07/2012
Universidad Técnica de Cotopaxi	Facultad de Ciencias Administrativas	Gestión Académica	Pública otra	24/09/2012	09/02/2013
Universidad Técnica de Cotopaxi	Facultad de Ciencias Administrativas	Apoyo a Desarrollo Académico	Pública otra	24/09/2012	09/02/2013
Universidad Técnica de Cotopaxi	Evaluación y Aseguramiento de la Calidad	Equipo Operativo	Pública otra	01/09/2013	EN CURSO

d) INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIONES DE RELEVANCIA PUBLICADAS COMO AUTOR, COAUTOR

- Proyecto de investigación :“Incubadora de empresas UTC”; Octubre 2011
- Proyecto: “Autoevaluación con fines de acreditación” Carrera de ingeniería Comercial; noviembre 2011

e) EXPOSITOR EN SEMINARIOS

- Capacitador en el TALLER SOBRE” Atención al Cliente y Autoestima” Julio 2012

f) REFERENCIAS PERSONALES

- Ing. Mg. Jenny Lagla, Jefe de Agencia Visión Fund; Cel.: 0992741092
- Ing. MBA Marlon Tinajero; Docente de la Universidad Técnica de Cotopaxi.; Cel.: 0983832182
- Ing. Oswaldo Llerena; Gerente de Mundo Azul; Cel.: 00999828302
- Econ. Marco Veloz; Director de Evaluación y aseguramiento de la calidad de la Universidad Técnica de Cotopaxi; Cel. : 0983832182

Anexo N° 2: Curriculum vitae Autor 1

GUTIERREZ SHIGUI EVELYN NATALY

Latacunga. Parroquia Belisario Quevedo

Celular: 0998740730

Correo electrónico: evelyn.guti@hotmail.com



Número de Cédula:

0503634834

Fecha de Nacimiento

5 de Enero de 1993.

Edad:

23 años

Estado Civil:

Soltero

Formación Académica**Primaria:** Escuela Fiscal Mixta “Canadá”**Secundaria:** Colegio Técnico Referencial “Luis Fernando Ruiz”**Superior:** Universidad Técnica de Cotopaxi Cursando el noveno ciclo de Ingeniería Comercial.**Cursos y Seminarios Realizados****Suficiencia de Idiomas (Ingles)** Universidad Técnica de Cotopaxi aprobado todos los niveles, Nivel Regular.**Foro Empresarial: “Imagen Corporativa y Responsabilidad Social”**
Instalaciones de la Universidad Técnica de Cotopaxi**Conferencia Sobre “La Bolsa de Valores y su Funcionamiento”**

Bolsa de Valores efectuada en la ciudad de Quito.

Seminario de Planificación Estratégica

“Un enfoque de gestión” (UTC) 40 horas

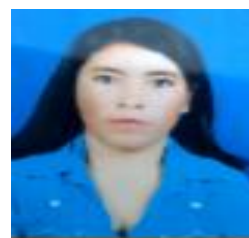
Anexo N° 3: Curriculum vitae autor 2

VILMA LILIANA RIVERA CHICAIZA

Latacunga .Parroquia Mulaló “barrio la libertad “

Celular: 0983720263

Correo electrónico: vilma28rivera@gmail.com



Número de Cédula:

0503994519

Fecha de Nacimiento

28 de Septiembre de 1992.

Edad:

24 años

Estado Civil:

Soltero

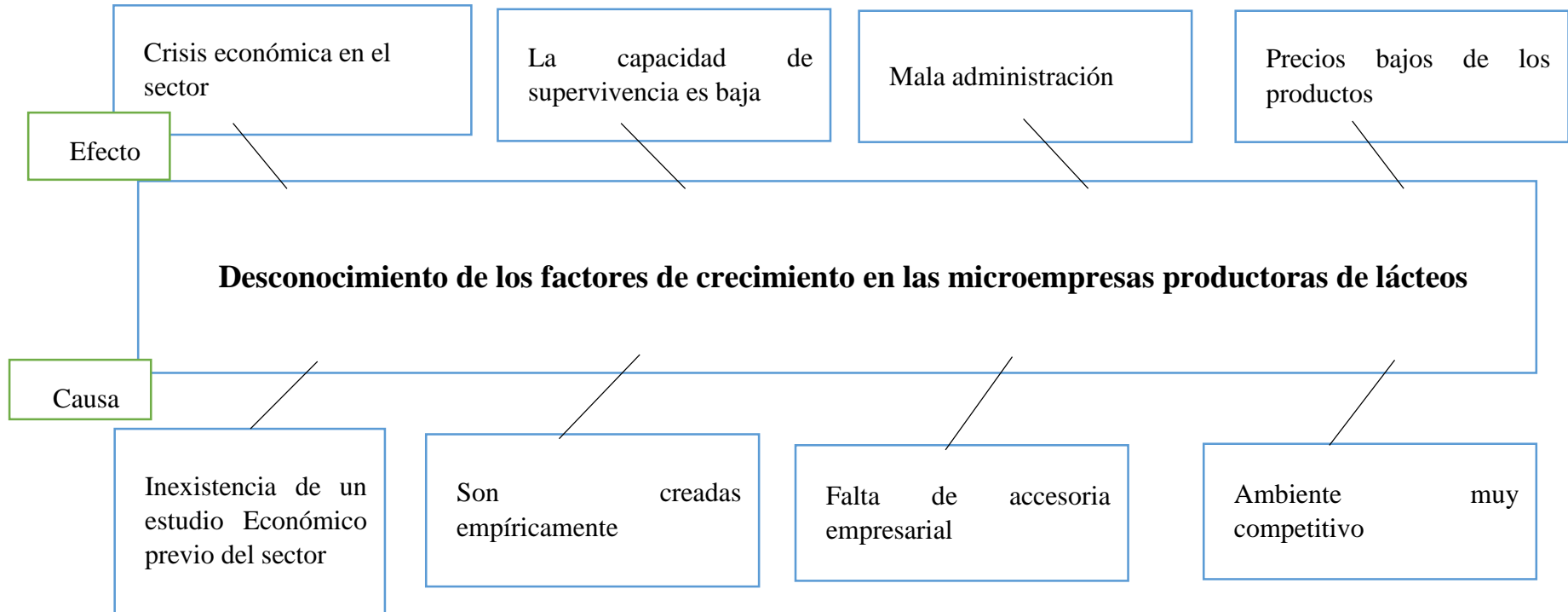
Formación Académica**Primaria:** Escuela: Fiscal Mixta “Macas”**Secundaria:** Colegio: Técnico “Dr. Camilo Gallegos Domínguez”**Superior:** Universidad Técnica de Cotopaxi Cursando el noveno ciclo de Ingeniería Comercial.**Cursos y Seminarios Realizados****Suficiencia de Idiomas (Ingles)** Universidad Técnica de Cotopaxi aprobado todos los niveles, Nivel Regular.**Foro Empresarial: “Imagen Corporativa y Responsabilidad Social”**
Instalaciones de la Universidad Técnica de Cotopaxi**Conferencia Sobre “La Bolsa de Valores y su Funcionamiento”**

Bolsa de Valores efectuada en la ciudad de Quito.

Seminario de Planificación Estratégica

“Un enfoque de gestión” (UTC) 40 horas

Anexo N° 4: Árbol de problemas (causa efecto)



Anexo N° 5: Encuestas aplicadas a los propietarios de las microempresas.

FACTORES INTERNOS

OBJETIVO: Identificar los factores de crecimiento empresarial Interno en las microempresas productoras de lácteos del cantón Latacunga, Parroquia, Mulaló.

INTRUCCIONES: Marque una X en el cuadro de la opción a su selección, conteste con la mayor veracidad posible, agradecemos su colaboración

Nombre de la microempresa: _____

Nombre del propietario: _____

Numero de cedula: _____

Dirección: _____

Año de fundación _____

1. La microempresa tiene direccionamiento estratégico

Sí No

2.Cuál es su nivel educativo más alto alcanzado?

Primaria	
Secundaria	
Universitario	
Posgrado	

3. En la actualidad de donde obtiene el financiamiento para su negocio?

Ahorros propios	
Ahorros familiares	
Bancos	
Prestamistas	
Prestamos de familiares o amigos	

4. Cual son las expectativas que tiene para su negocio?

Ampliar	
Expandir	
Mantener	

5. Cuales considera que han sido los principales obstáculos que no le han permitido lograr un crecimiento adecuado de su microempresa?

Competencia	
-------------	--

Falta de capital	
Altas tasas de interés	
Tramites excesivos	
Falta de experiencia	

6. Los ingresos que adquiere por la venta de sus productos lo deposita en alguna cuenta bancaria?

Sí

No

7. Indique el nivel de importancia que tiene los siguientes factores internos de la capacidad directiva para el éxito de su microempresa. Siendo 3 alto 2 medio y 1 bajo.

	1	2	3
El personal conoce claramente sus funciones			
Planifica las actividades en la empresa			
Utiliza herramientas administrativas			
Existe Comunicación y control gerencial			
Habilidad para enfrentar la competencia			

8. Indique el nivel de importancia que tiene los siguientes factores internos de la capacidad tecnológica para el éxito de su microempresa. Siendo 3 alto 2 medio y 1 bajo.

	1	2	3
Nivel de tecnología utilizado en los productos			
Intensidad de mano de obra en el producto			
Adecuada infraestructura del negocio			

9. Indique el nivel de importancia que tiene los siguientes factores internos de la capacidad del talento humano para el éxito de su microempresa. Siendo 3 alto 2 medio y 1 bajo.

	1	2	3
Existe personal altamente calificado			
El nivel académico del talento humano			
Existe Motivación al personal			
Existe accidentabilidad del personal en el trabajo			
Existe trabajo en equipo			

- 10. Indique el nivel de importancia que tiene los siguientes factores internos de la capacidad competitiva para el éxito de su microempresa. Siendo 3 alto 2 medio y 1 bajo.**

	1	2	3
Existe lealtad y satisfacción del cliente			
Excelente servicio y calidad en el producto			
Participación en el mercado			
Toma en consideración los costos de distribución y ventas			
Existe variedad de productos			
Realiza publicidad en los medios de comunicación			

- 11. Indique el nivel de importancia que tiene los siguientes factores internos de la capacidad financiera para el éxito de su microempresa. Siendo 3 alto 2 medio y 1 bajo.**

	1	2	3
Capacidad para obtener prestamos			
Capacidad para satisfacer la demanda			
Acceso al capital cuando lo requiere			
Lleva registros de Contabilidad			

- 12. Indique el nivel de importancia que tiene los siguientes factores internos de la capacidad productiva para el éxito de su microempresa. Siendo 3 alto 2 medio y 1 bajo**

	1	2	3
Cuenta con certificados de calidad			
Cuenta con todos los servicios básico para la producción			

Gracias por su colaboración