



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
ADMINISTRACIÓN**

ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

**Estrategias Comerciales para el Sistema UDA ERP en la
ciudad de Cuenca para los próximos tres años.**

Trabajo de Graduación previo a la obtención del título de:

INGENIERO EN MARKETING

Autores:

SANTIAGO ISRAEL ORTEGA ORELLANA

MIGUEL FRANCISCO ZHUNIO ROMERO

Directores:

ING. XAVIER ESTEBAN ORTEGA VÁSQUEZ (**Director**)

ING. CATALINA VERÓNICA ASTUDILLO RODRÍGUEZ (**Codirectora**)

CUENCA – ECUADOR

2020

DEDICATORIA

Este logro se lo dedico principalmente a Dios por ser mi guía y mi fuerza en este largo camino.

En segundo lugar, se lo dedico a toda mi familia, en especial a mis padres, hermanos y sobrinos, a mi novia y amigos con los que he pasado tantos buenos y malos momentos, de los que he disfrutado y he sabido superarme para salir adelante de la mejor manera posible.

Sin el apoyo constante de todos, este sueño no se podría haber hecho realidad. Fueron, son y serán siempre los mejores.

Santiago Israel Ortega Orellana

En primer lugar, gracias a Dios por todas las pruebas y bendiciones que ha puesto en mi camino, no ha sido fácil, pero lo logré. De manera especial le dedico este logro a mis padres **Miguel y Jacqueline** por ser el pilar fundamental en mi vida, por creer en mí, por su apoyo, sacrificio, esfuerzo y el amor incondicional me han brindado en todo este camino, por haberme formado de manera correcta y ser la persona que hoy soy, es difícil encontrar las palabras para poder expresar toda la gratitud y el amor que siento hacia ustedes, los amo, este logro es suyo.

A mis hermanos **Luigi, Diego y René**, por estar siempre juntos los cuatro, por su apoyo, los ánimos que me brindaron siempre y su cariño incondicional. Han sido un ejemplo para mí y he aprendido mucho de todos ustedes, lo que me ha ayudado a forjar mi carácter y no declinar en este largo camino, espero haber sido un ejemplo y hayan aprendido lo bueno que he podido brindarles.

A mi familia en general, abuelitos, tíos y primos, por estar siempre pendientes de mí, y por el apoyo brindado a mis padres y hermanos. Todos han sido mi fuente de inspiración y fortaleza para seguir adelante a pesar de tantas adversidades que hemos pasado juntos. Gracias familia lo logré.

Miguel Francisco Zhunio Romero

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primeramente a Dios y a la Virgen por guiarme siempre en este largo camino de altos y bajos.

En segundo lugar y de una manera muy especial agradezco a mis padres **Julio y Alicia** por ser los pilares fundamentales y por brindarme todo el apoyo necesario durante toda mi carrera profesional.

A mis hermanos **Jenny, Diana, Johny** y a mis sobrinos **Mati, Rena y Vale**, por compartir tantos momentos juntos y por haberme enseñado tantas cosas para poder cumplir este sueño.

Por último, agradezco a mis amigos y a una persona especial, **Camila**, por ser un apoyo constante y por darme una personita que, desde ya, forma parte de una de las mejores etapas de mi vida.

¡¡GRACIAS!!

Santiago Israel Ortega Orellana

Agradezco a Dios y a mi familia por compartir juntos esta inmensa alegría. A mis amigos, compañeros, profesores y a todas las personas que fui conociendo en el camino, que de alguna manera u otra fueron importantes en esta etapa de mi vida.

A mi primo y colega **Jefferson**, por cuidarnos mutuamente, apoyarnos, darnos consejos, tantas amanecidas y anécdotas, lo logramos.

A una persona especial, **Gabriela**, por su apoyo y cariño, por querer hacer de mí una mejor persona siempre, muchas gracias.

Miguel Francisco Zhunio Romero

CONTENIDO

DEDICATORIA	<i>i</i>
AGRADECIMIENTOS	<i>ii</i>
RESUMEN	<i>iii</i>
INTRODUCCIÓN	1
1. CAPÍTULO I. CONTEXTO SOCIOCULTURAL DE LA CIUDAD DE CUENCA Y MARCO TEÓRICO	3
1.1 Sistema ERP	3
1.1.1 Definición de un sistema ERP	3
1.1.2 Módulos de un sistema ERP.....	4
1.1.3 Objetivos Principales de un Sistema ERP.....	5
1.2 Características de un Sistema ERP	6
1.3 Ventajas de implementar un Sistema ERP	7
1.4 Pymes (Pequeñas y Medianas Empresas)	9
1.4.1 Definición de Pymes	9
1.5 Pymes en el Ecuador	10
1.5.1 Pymes en la ciudad de Cuenca.....	11
1.6 Sistema UDA ERP	12
2. CAPÍTULO II. ANÁLISIS SITUACIONAL DE LAS PYMES DE LA INDUSTRIA DE MUEBLES EN LA CIUDAD DE CUENCA	18
2.1 Análisis del Macro Entorno	18
2.1.1 Análisis Político	19
2.1.2 Condiciones Económicas.....	20
2.1.3 Características Socioculturales	22
2.1.4 Recursos Tecnológicos.....	25
2.1.5 Análisis Ambiental	27
2.1.6 Análisis Laboral	30
2.2 Análisis del Micro Entorno	32
2.2.1 Empresa	33
2.2.2 Clientes	36
2.2.3 Proveedores.....	38
2.2.4 Distribuidores	39
2.2.5 Competidores	41

3. CAPÍTULO III. ESTUDIO DE MERCADO DE LA VIABILIDAD DEL SISTEMA UDA ERP43	
3.1. Objetivos de la Investigación de Mercados.....	43
3.2. Definición del Mercado Objetivo y Diseño de la muestra	44
3.3. Desarrollo del Cuestionario.....	48
3.4. Recopilación y Análisis de los datos obtenidos	54
3.5. Resultados finales	69
4. CAPÍTULO IV. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA COMERCIAL	71
4.1. Posicionamiento.....	76
4.2. Diferenciación	77
4.3. Marketing Mix.....	79
4.3.1 Producto	80
4.3.2 Precio	81
4.3.3 Plaza	82
4.3.4 Promoción.....	83
4.4. Diseño de Estrategias de Comercialización	84
CONCLUSIONES	86
RECOMENDACIONES.....	87
BIBLIOGRAFÍA	88
ANEXOS.....	91
Anexo 1. Industrias Manufactureras	91
Anexo 2. Propuesta de Estrategias ATL y BTL	95

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1: Módulos de un Sistema ERP.....	4
Ilustración 2: Clasificación Empresarial por actividad	12
Ilustración 3: Factores del Análisis PESTEL.....	19
Ilustración 4: Factores de estudio en el Microentorno Empresarial.....	33
Ilustración 5: Ubicación de las principales mueblerías de la ciudad Cuenca.....	35
Ilustración 6: Canal Directo	40
Ilustración 7: Canal Mixto.....	40
Ilustración 8: Canal Indirecto.....	41
Ilustración 9: Respuestas de la pregunta 1	54
Ilustración 10: Respuestas de la pregunta 2	55
Ilustración 11: Respuestas de la pregunta 3	55
Ilustración 12: Respuestas de la pregunta 4	56
Ilustración 13: Respuestas de la pregunta 5	57
Ilustración 14: Complemento de la pregunta 5	57
Ilustración 15: Respuestas de la pregunta 6	58
Ilustración 16: Respuestas de la pregunta 7	59
Ilustración 17: Respuestas de la pregunta 8	60
Ilustración 18: Respuestas de la pregunta 9	60
Ilustración 19: Respuestas de la pregunta 10	61

Ilustración 20: Respuestas de la pregunta 11	62
Ilustración 21: Respuestas de la pregunta 12	63
Ilustración 22: Respuestas de la pregunta 13	63
Ilustración 23: Respuestas de la pregunta 14	64
Ilustración 24: Respuestas de la pregunta 15	65
Ilustración 25: Respuestas de la pregunta 16	65
Ilustración 26: Respuestas de la pregunta 17	66
Ilustración 27: Respuestas de la pregunta 18	67
Ilustración 28: Respuestas de la pregunta 19	67
Ilustración 29: Respuestas de la pregunta 20	68
Ilustración 30: Universidad del Azuay	76
Ilustración 31: Propuesta de Logotipo del Sistema UDA ERP	78
Ilustración 32: Las 4P del Marketing	79
Ilustración 33: Medios de Promoción del Sistema UDA ERP	84

Índice de Tablas

Tabla 1: Clasificación Empresarial	10
Tabla 2: Ventajas y Desventajas del análisis Político	20
Tabla 3: Ventajas y Desventajas de la Condición Económica	22
Tabla 4: Habitantes según CENSO 2010	23
Tabla 5: Ventajas y Desventajas de las características Socioculturales	25
Tabla 6: Ventajas y Desventajas de la implementación de recursos tecnológicos.....	26
Tabla 7: Ventajas y Desventajas del Análisis Ambiental.....	29
Tabla 8: Ventajas y Desventajas del Análisis Laboral	31
Tabla 9: Variables del Perfil Del Cliente de las mueblerías de la ciudad Cuenca	37
Tabla 10: Estructura del Marketing Mix	71

RESUMEN

La implementación de un sistema ERP representa un avance hacia la innovación y la tecnología, por ende, el uso del mismo se ha convertido en una necesidad. El presente trabajo de investigación tiene como objetivo diseñar estrategias de comercialización para el Sistema UDA ERP, dirigido a la industria de muebles en la ciudad de Cuenca. Inicialmente, se realiza un análisis situacional de las PYMES, tanto a nivel macro, como a nivel micro. Luego, se realiza una investigación de mercado en base a investigaciones cuantitativas y cualitativas para conocer mejor las empresas y definir el uso del sistema. Para finalmente desarrollar una planeación estratégica comercial en base al posicionamiento, diferenciación y Marketing Mix. Concluyendo que el sistema si es viable.

Palabras Clave: Sistema ERP, Pymes, Investigación, Mercado, Diferenciación.

ABSTRACT

The implementation of an ERP system represents a breakthrough towards innovation and technology; therefore, its use has become a necessity. The objective of this research was to design marketing strategies for the UDA ERP System aimed at the furniture industry in Cuenca. Initially, a situational analysis of SMEs was carried out, both at macro and micro levels. Then, market research was executed based on quantitative and qualitative research to better understand companies and define the use of the system. Finally, a strategic commercial plan based on positioning, differentiation, and marketing mix was developed. It was concluded that the system is viable.

Keywords: ERP System, SMEs, Research, Market, Differentiation.

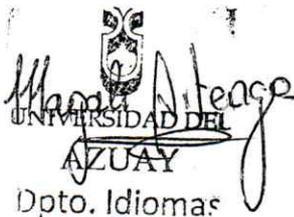
Ing. Ortega Vásquez Xavier Esteban

Ortega Orellana Santiago Israel

74194

santi_o@es.uazuay.edu.ec

0984446305


UNIVERSIDAD DEL
AZUAY
Dpto. Idiomas

Zhunio Romero Miguel Francisco

67773

pepomiguel@es.uazuay.edu.ec

0986496325


Translated by
Mgt. Esteban Valdiviezo Ramirez

INTRODUCCIÓN

Con el pasar del tiempo la tecnología dentro del ámbito empresarial y laboral ha avanzado de una manera exponencial, por lo que, las empresas están obligadas a mejorar en este sentido en base a la implementación de medios tecnológicos y sobre todo la diferenciación, para que de esta manera logren ser más competitivas dentro de su sector industrial.

El presente trabajo de investigación tiene como propósito principal elaborar diferentes estrategias para la comercialización del Sistema UDA ERP, para lo que, es necesario conocer el comportamiento de las Pymes dentro de la ciudad de Cuenca, sus necesidades y preferencias, el conocimiento acerca de estos sistemas y su grado de confiabilidad para implementar los mismos dentro de su organización.

Con la implementación de un sistema ERP (Enterprise Resource Planning – Planificación de Recursos Empresariales) se logrará obtener y proporcionar información totalmente confiable de lo que está sucediendo dentro y fuera de la empresa, gracias a que, por medio de este sistema se crea un vínculo entre cada área funcional, con lo que se añadirá valor a la empresa, logrando que ésta desempeñe sus labores de una mejor manera dentro de su sector industrial.

La idea es comercializar un producto y servicio diferente y económico, que se adapte a las exigencias y necesidades de las Pymes que funcionan en la ciudad de Cuenca, para que, de esta manera, las mismas alcancen un mejor funcionamiento tanto interna como externamente y logren una cierta ventaja competitiva.

Para llevar a cabo la investigación y concluir con la implementación de las diferentes estrategias comerciales para el sistema UDA ERP, el presente trabajo se encuentra estructurado de la siguiente manera:

- Capítulo 1

En este capítulo se detalla todo acerca de los Sistemas ERP; es decir, definiciones, características, ventajas y funcionalidades. Así como también sobre las Pymes dentro de la ciudad de Cuenca, como dentro del Ecuador, que incluirá: conceptualización,

clasificación y los problemas que enfrentan las mismas. Por último, se detallará todo lo que conlleva el Sistema UDA ERP.

- Capítulo 2

En este capítulo se realiza un análisis del entorno situacional del mercado, este se divide en dos puntos:

Un estudio del Macro Entorno en base a un análisis PESTAL, el cual hace referencia a los ámbitos: Político, Económico, Sociocultural, Tecnológico, Ambiental y Laboral.

Un estudio del Micro Entorno, el cual hace referencia a: Empresa, Clientes, Proveedores, Distribuidores y Competidores.

Para de esta manera obtener una visión clara del funcionamiento de las Pymes tanto interna como externamente, y de los problemas y necesidades por los que están atravesando.

- Capítulo 3

En este capítulo se realiza un estudio de mercado sobre la viabilidad de implementar el Sistema UDA ERP, para lo que es necesario realizar dos tipos de investigación: Investigación Cualitativa en base a entrevistas personales según el mercado objetivo, y una Investigación Cuantitativa conformada por un cuestionario, la recopilación y el análisis de datos en base al tamaño de la muestra; obteniendo de esta manera datos específicos sobre las Pymes de la industria de muebles de la ciudad de Cuenca.

- Capítulo 4

En este capítulo se realiza la planeación estratégica comercial, en base a todos los datos obtenidos anteriormente. Los principales puntos a tomar en cuenta son: el posicionamiento y la diferenciación, ya que por medio de estas estrategias se trata de conseguir que el Sistema UDA ERP alcance el mayor porcentaje posible del segmento indicado. También, se detalla todo lo que se refiere al Marketing Mix (Producto, Precio, Plaza, Promoción) y las diferentes estrategias comerciales a utilizar.

Por último, se presentan las conclusiones y recomendaciones que se han obtenido durante el estudio propuesto.

1. CAPÍTULO I. CONTEXTO SOCIOCULTURAL DE LA CIUDAD DE CUENCA Y MARCO TEÓRICO

1.1 Sistema ERP

1.1.1 Definición de un sistema ERP

“Un sistema ERP es un paquete de software comercial que integra todo tipo de información que fluye a través de la compañía: información financiera y contable, información de recursos humanos, información de la cadena de abastecimiento e información de clientes.” (Davenport, 1998)

“Un ERP automatiza las actividades corporativas nucleares, tales como: fabricación, recursos humanos, finanzas y gestión de la cadena de abastecimiento, incorporando las mejores prácticas para facilitar la toma de decisiones rápida, la reducción de costes y el mayor control directivo.” (Holland & Light, 1999)

“Un sistema ERP está compuesto por varios módulos, tales como, recursos humanos, ventas, finanzas y producción, que posibilitan la integración de datos a través de procesos de negocios. Estos paquetes de software pueden ser configurados para responder a las necesidades específicas de cada organización.” (Esteves & Pastor, 1999)

“Los sistemas ERP son sistemas de información que integran los procesos claves del negocio de forma tal que la información pueda fluir libremente entre las diferentes partes de la organización, mejorando con ello la coordinación, la eficiencia y el proceso de toma de decisiones.” (Laudon, 2001)

Un Sistema ERP permite que todos los departamentos de la empresa se relacionen mejor entre sí, logrando de esta manera manipular más eficientemente toda la información dentro de la misma, sirviendo de gran ayuda para una correcta toma de decisiones. Sin embargo, para que un sistema ERP pueda funcionar correctamente, es necesario conocer la situación actual por la que esta atravesando la organización.

1.1.2 Módulos de un sistema ERP

Un sistema ERP esta conformado por varios módulos, que se implementaran, ya sea todos o varios en específico dependiendo de la actividad que realice la empresa o de sus necesidades.

Los principales módulos con los que cuenta un Sistema ERP son los siguientes:

Ilustración 1: Módulos de un Sistema ERP



Fuente: (Software ERP México, sf)

- **Recursos Humanos:** este módulo ayuda en los procesos de selección, capacitación y seguimiento de la productividad de nuevos empleados. A través de este módulo el empleado puede ingresar en el sistema e indicar el tiempo que a trabajado. Además, gestiona solicitudes de permisos y vacaciones, automatiza los procesos de elaboración de nóminas, envía información a los empleados, y proporciona un vínculo online que promueve su participación dentro de la empresa.
- **Ventas:** este módulo contiene informes de ventas, análisis, aceptación de pedidos, generación de facturas y el seguimiento de pedidos pendientes. Este módulo se

vincula directamente con el módulo de CRM para la captación de potenciales clientes y la creación de futuras oportunidades de negocio.

- **Compras:** Este módulo se encarga de todos los procesos que forman parte del abastecimiento de artículos o de la materia prima. Incluye listado, vinculación y presupuestos con proveedores, elaboración de órdenes de compra, seguimiento de los artículos adquiridos y varios informes. El módulo de compras se vincula con el módulo de Inventario y el módulo de Producción para la actualización de las existencias dentro de la empresa.
- **Contabilidad y Finanzas:** estos módulos pueden automatizar, simplificar y evaluar la mayoría de los procesos contables, ya que lo que puede significar para los empleados días de análisis y cálculos, mediante este software puede lograrse en cuestión de minutos. Un ERP puede facilitar la gestión de nóminas, presupuesto, facturación y realizar el análisis de costes para gestionar mejor el flujo de caja y predecir un futuro crecimiento.
- **Inventario:** este módulo ayuda a las empresas a realizar un seguimiento de los productos, informes de unidades y a localizar los artículos dentro del almacén. El módulo de inventario se vincula con el módulo de compras.
- **Producción:** este módulo beneficia directamente al departamento de control y producción, verificando el uso de la materia prima, la sincronización de procesos y la calidad.
- **Proyectos:** por medio de este módulo se logra medir la evolución de un proyecto o de varios proyectos en específico, el cumplimiento de los objetivos fijados, desviaciones y la rentabilidad que este genera para con la empresa. (SoftwarePara, 2019)

1.1.3 Objetivos Principales de un Sistema ERP

Un sistema ERP permite cumplir una serie de objetivos, entre los principales se encuentran los siguientes:

- Permitir el acceso a toda la información de la empresa de manera oportuna, precisa y confiable. Este acceso debe ser restringido de acuerdo a las funciones de cada uno de los empleados o usuarios.
- Optimizar los procesos de la empresa.
- Compartir información entre todos los departamentos de la organización.
- Eliminar los procesos innecesarios de reingeniería.

Un sistema ERP tiene como propósitos principales: reducir los tiempos de respuesta ante diferentes situaciones de interacción con los clientes, el manejo eficaz y eficiente de información que permita una correcta toma de decisiones y la reducción de los costos de todas las operaciones que se llevan a cabo dentro de la organización, para de esta manera llegar a contar con una mayor sostenibilidad y ser más competitivos a lo largo del tiempo. (nSolver, 2010)

1.2 Características de un Sistema ERP

Según Sotoca Sánchez, las principales características de un sistema ERP son: integridad, modularidad y adaptabilidad, las cuales se explican a continuación (2013):

- **Integridad.** - Así como los distintos departamentos dentro de una empresa están relacionados entre sí, los procesos que componen un ERP se encuentran también interrelacionados de forma que la información fluya entre los distintos procesos, evitando la duplicidad de información en áreas específicas.
- **Modularidad.** - Un sistema ERP debe ser capaz de poder utilizarse en función de las distintas áreas o módulos que se quieran controlar dentro de la empresa, atendiendo a sus propias necesidades o requerimientos.
- **Adaptabilidad.** - Es decir, la capacidad de adaptación del producto a la empresa. Normalmente los sistemas ERP están diseñados para que los principales procesos de gestión se puedan configurar según las directrices de negocio marcadas por la empresa. Un sistema ERP es adaptable a cualquier tipo de régimen empresarial, es decir, permite adecuar su funcionalidad dentro de un sistema en específico.

Es tan importante como el propio sistema en sí que el proceso de selección e implementación del mismo dentro de una organización sea el más indicado y eficiente, ya que una mala ejecución y manipulación del sistema puede generar graves consecuencias para la empresa y su futuro, por lo que el personal a cargo de este sistema debe estar altamente capacitado para su correcto funcionamiento.

1.3 Ventajas de implementar un Sistema ERP

Implementar un Sistema ERP conlleva a que las empresas cuenten con las siguientes ventajas según (Eduardo Martínez Fustero, 2013):

1. Mejora en la toma de decisiones.

Al unificar toda la información mediante el sistema es posible crear una base de datos común para todos los departamentos de la empresa con información totalmente confiable. De ese modo será posible evaluar posibles escenarios con mayor precisión y conseguir mejoras en el proceso de toma de decisiones.

2. Se evitan duplicidades.

Gracias a la integración que proporciona los sistemas ERP, los responsables de los diferentes departamentos tendrán acceso a una misma información en tiempo real, para de esta manera disminuir los registros y operaciones duplicadas.

3. Escalabilidad y diseño modular de los sistemas ERP.

Es decir, que cada organización podrá contratar únicamente los módulos que le sean necesarios en ese momento, para en un futuro ser libre de adquirir algún módulo adicional que necesite.

4. Adaptación a las necesidades específicas de cada empresa.

Al momento de implementar o cambiar de sistema, la empresa proveedora configurará la aplicación para adaptarlo a las necesidades específicas de cada organización cuando esta lo solicite.

5. Mayor control.

Los sistemas ERP organizan y vinculan todos los datos referentes a la actividad de la organización, de esa manera es posible controlar la circulación del producto por todos los elementos de la cadena de valor. (Eduardo Martínez Fustero, 2013)

6. Seguridad.

El sistema ERP mejora la seguridad de toda la información que la empresa maneja, ya que será más difícil robarla por los niveles de acceso o autorización, y además, estará centralizada con copias de seguridad generadas automáticamente para proteger a la compañía de posibles errores.

7. Integración con clientes y proveedores.

Gracias a la implementación del sistema el proveedor se convierte en un socio estratégico que participará activamente en el diseño y el desarrollo de nuevos productos, ayudando a la empresa a mejorar la productividad y reducir sus costes.

Con lo que respecta al cliente, los sistemas ERP permiten crear un vínculo de comunicación, ya que, la empresa dispondrá de información de mayor calidad que permitirá brindar un mejor servicio de acuerdo a gustos y preferencias y, además crear campañas de marketing segmentadas hacia un público objetivo.

8. Mejora la eficiencia y la capacidad operativa.

Los sistemas ERP automatizan actividades que en principio se desarrollaban manualmente, reduciendo en un gran porcentaje la posibilidad de cometer errores de índole humano. De ese modo la empresa mejorará su rendimiento laboral, logrando ser mucho más eficientes al momento de atender clientes o al fabricar más productos.

9. Reducción del volumen de costes.

Una mayor eficiencia, la disminución de errores y la eliminación de duplicidades permiten reducir significativamente el nivel de los costes, los cuales afectan directamente a la rentabilidad y por ende en su futuro empresarial.

10. Mejora la rentabilidad en el corto y largo plazo.

Todas las ventajas de los sistemas ERP se pueden resumir en dos puntos: la importante mejora del rendimiento y un adecuado manejo de la información dentro de la organización, logrando obtener de esta manera beneficios en el corto y largo plazo.

Por lo que, las empresas con el objetivo de obtener una mayor ventaja competitiva y sobresalir en su sector industrial en base a una correcta organización y toma de decisiones, deberían implementar un sistema ERP y obtener el mayor beneficio que el mismo podría generar, siempre y cuando este se lo manipule con total responsabilidad y continua capacitación.

1.4 Pymes (Pequeñas y Medianas Empresas)

1.4.1 Definición de Pymes

Según el Servicio de Rentas Internas, se conoce como Pymes al conjunto de pequeñas y medianas empresas que, de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas.

Por lo general, las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas, entre las que se destacan:

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.

En particular, las Pymes se encuentran en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social de cada país tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado. (SRI, 2008)

1.5 Pymes en el Ecuador

En el Ecuador actualmente se encuentran alrededor de 179.830 Pymes, de las cuales, la mayor cantidad se encuentran en tres provincias: la provincia del Guayas abarca el 32.67% que representa a un total de 58.574 Pymes, la provincia de Pichincha con un aporte del 27.95% equivalente a una cantidad de 50.269 Pymes, y seguido de la provincia de Manabí con un 4.69% que equivale a 8.438 empresas. (INEC, 2016)

En la región en donde existen más Pymes es en la Costa con un número de 85.363 empresas de este tipo, seguido por la Sierra con 85.069, del Oriente con 8.839 y por último la Región Insular con apenas 559 Pymes. (INEC, 2016)

Para que una Pyme se considere ya sea, una micro, pequeña, mediana o grande empresa, se debe tener en cuenta los siguientes puntos:

Tabla 1: Clasificación Empresarial

TAMAÑO	RANGO DEL NÚMERO DE TRABAJADORES	RANGO DEL MONTO DE VENTAS POR AÑO (DÓLARES)
---------------	---	--

MICROEMPRESA	1 – 9	≤ \$100.000
PEQUEÑA	10 – 49	Entre \$100.001 a \$1.000.000
MEDIANA “B”	50 – 99	Entre \$1.000.001 a \$2.000.000
MEDIANA “A”	100 – 199	Entre \$2.000.001 a \$5.000.000
GRANDE	MÁS DE 200	De \$5.000.001 en adelante

Fuente: (INEC, 2014)

Elaboración: Propia

1.5.1 Pymes en la ciudad de Cuenca

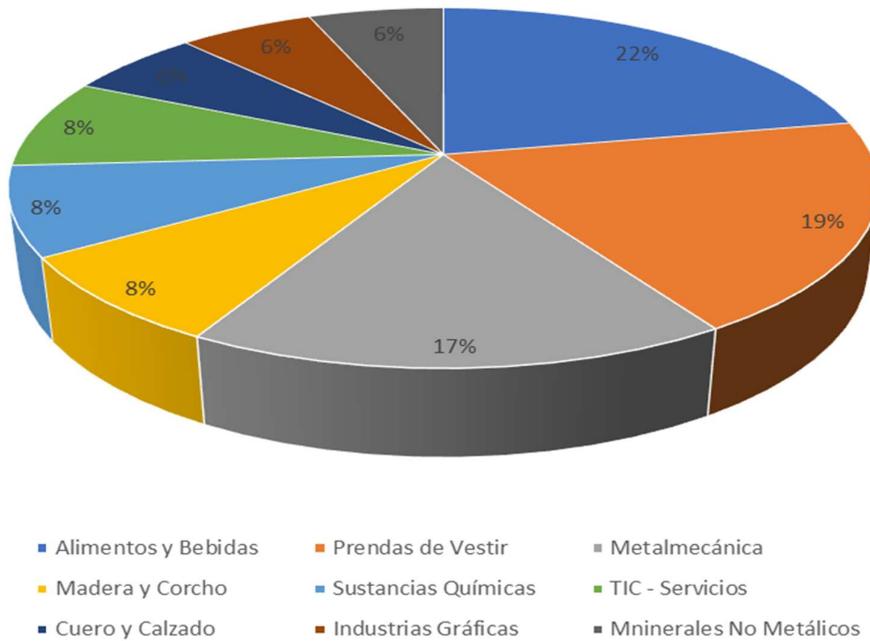
Según el (INEC, 2016) el Azuay es la cuarta provincia del Ecuador en donde se encuentran la mayor cantidad de empresas, con una concentración del 6.2% del total, por lo que, siendo Cuenca el cantón más poblado de esta provincia, tendrá una mayor representación de Pymes dentro de la misma.

En la ciudad de Cuenca existen alrededor de 1080 Pymes, las cuales están distribuidas de acuerdo con la actividad o sector industrial en el cual se desenvuelven.

En donde, las pequeña y medianas industrias dentro de la provincia del Azuay tiene nueve sectores industriales y representan una cantidad significativa de ingresos tanto para la provincia como para el país.

En el siguiente gráfico podemos observar cómo se encuentran distribuidas según la actividad que realizan:

Ilustración 2: Clasificación Empresarial por actividad



Fuente: (CAPIA, 2017)

Elaboración: Propia

1.6 Sistema UDA ERP

El software de gestión empresarial UDA-ERP para Pymes desarrollado por la Universidad del Azuay, está diseñado de acuerdo a las necesidades del mercado y considerando la realidad nacional. Esta herramienta tecnológica proporciona a las Pymes del sector productivo, generadoras de bienes y servicios, los recursos necesarios para la optimización de sus operaciones, incrementar la productividad y el apoyo al crecimiento del negocio.

Beneficios

- Adaptable a diferentes tipos de industria y giro de negocio.
- Intuitivo y de fácil uso para el usuario.
- Multiempresa y multiusuario.
- Disponible y accesible desde cualquier ubicación geográfica, ya que solo se requiere conexión a internet y un navegador web.
- Seguro, brindando diferentes niveles según los grupos de usuario.
- Ventajoso para el negocio, ya que aprovecha los recursos de la nube, reduciendo así costos de infraestructura, servidores y equipos especializados.
- Desarrollada en la tecnología de Oracle APEX.

El sistema UDA-ERP cuenta con un diseño modular y escalable, permitiéndole trabajar de un modo independiente o integrado gracias a sus múltiples componentes.

Módulos

1. Inventarios. Módulo que permite la gestión de toda la información de la organización referente a productos almacenados en bodega. Como funcionalidades del componente se citan:

- Custodia todos los ítems y gestiona la información de cada uno, esta información consta de varios atributos cuyo contenido está en función a la organización: identificación del producto (código, nombre), clasificación, modelo, marca, ubicación, unidad de medida, tipo ítem, información personalizada de ítem, etc.
- Controla todos los movimientos que genera un ítem, ya sea por ingresos y egresos, y determina con exactitud el valor de existencia en cantidad y costo.
- Gestiona procesos especiales de inventarios a fin de evitar el registro de información en un tiempo determinado, mediante un proceso de cierre mensual.
- Permite pasar saldos automáticamente tanto en cantidad como costo de los ítems a un nuevo periodo contable.

2. Manufactura. Este módulo gestiona la información de ingeniería del producto y el detalle del flujo necesario en planta para ser elaborado. En él se contemplan:

- La estructura de productos, en donde refleja la forma y cuantía en la que los componentes necesarios que se relacionan para elaborar el producto. Este componente puede sufrir modificaciones o alteraciones en el proceso, tanto en el caso de las materias primas utilizadas como las piezas y subconjuntos. Además, especifica los centros de trabajo y maquinaria de planta necesaria para su elaboración.
- El establecer la ruta de producción, en dónde registra para cada producto la información del flujo del proceso de manufactura en la planta, como: puntos de control, tiempo de uso de máquina, tiempo empleado en operaciones y ruta de producción.
- La planificación de la capacidad en función de la cantidad de recursos críticos necesarios para llevar a cabo el Plan Maestro de Producción. Estos recursos son horas de mano de obra, horas de máquina, dinero, o cualquier otra restricción al proceso. En la planificación puede considerar: i) La demanda conformada por las órdenes de clientes. ii) Un estimado de las cantidades que requerirá el mercado.
- La gestión del Plan Maestro de Producción en donde especifica a nivel de producto terminado cuánto se va a producir y cuándo. Nos informa lo que se requiere para satisfacer la demanda y cumplir con el plan de producción. Se puede fijar la parte cercana del plan colocando estas órdenes “en firme”, para que se proceda a la reserva de recursos necesarios para que sean manufacturadas. Contempla, además, la planificación de requerimientos de materiales señalando la provisión de materiales y fabricación de componentes para que se realicen en las cantidades y momentos oportunos.
- Controla las órdenes de producción mediante el seguimiento del producto elaborado en los diferentes procesos en planta.
- Ingresa a bodega los productos elaborados mediante el proceso de cierre de la orden de producción.

3. Contabilidad General

- Contempla la estructura del plan de cuentas en dónde establece de manera ordenada metódicamente el listado de cuentas que emplea la organización para el control de sus actividades. Estas cuentas pueden ser catalogadas por varios atributos como: identificación del código de cuenta, nombre, definición de grupo o movimiento, etc. El plan de cuentas se compone por un catálogo de cuentas que contiene la relación ordenada y clasificada de las clases, grupos, cuentas y subcuentas del activo, pasivo, patrimonio, ingresos, costos y gastos; debe partir de una jerarquización considerando como base los niveles presentados en la tabla a continuación.
- Gestiona movimientos contables en el libro diario, es decir, se registran de manera clara, ordenada y comprensible los aumentos o las disminuciones que sufre un valor o concepto del activo, pasivo o patrimonio. El libro diario registra la siguiente información: Fecha formada por año, mes y día en que se llevó a cabo la operación, descripción del movimiento contable, número de asiento asignado en forma secuencial durante todo el período contable, nombre de las cuentas contables afectadas, valores deudores y valores acreedores. Una vez registradas las transacciones en el libro diario, los montos acumulados de este libro se trasladan al mayor y balances de manera automática.
- Obtiene diferentes informes varios de ellos requeridos por los organismos de control gubernamentales, los mismos que evidencian la situación financiera de la organización. Entre estos informes se encuentran: balance de comprobación, estado de situación financiera, estado de resultados, flujo de efectivo y cambio de patrimonio. También presenta informes para control interno de la organización como: estado de cuentas, libro diario y mayores.
- Genera automáticamente el asiento de diario de fin de periodo con las cuentas de ingresos y gastos, y calcula la utilidad o pérdida del periodo contable.

- Genera automáticamente el asiento de diario de inicio del siguiente periodo contable en el cual incluye cuentas contables de activo, pasivo y patrimonio con sus respectivos saldos.

4. Contabilidad de Costos

- La definición de elementos del costo, que se clasifican en: materia prima directa, materia prima indirecta, mano de obra y costos indirectos.
- Aplica el método de costeo ABC, conocido también como sistema de costos basado en actividades. Su campo de actuación se extiende desde la formulación y elaboración de cada producto hasta su explotación definitiva. El costeo ABC sigue los siguientes pasos: identificar las actividades que consuman recursos, identificar los conductores de costo, calcular una tarifa de costo por cada conductor de costo y asignar costos a los productos.
- Presenta la hoja de costos de productos la cual se obtiene por cada orden de producción y producto elaborado, se actualiza cada vez que se utilice un elemento del costo y se liquida cuando se concluya la orden.
- Obtiene el estado de costos de productos, el cual integra el costo de producción y el costo de venta de los artículos terminados del periodo.

5. Ventas y Cuentas por Cobrar

- Gestión de clientes y su información personal, de contacto, referencias, etc.
- Definición de listas de precios, en función de una categorización de clientes.
- Facturación electrónica, de acuerdo a los criterios requeridos por el SRI.
- Control de anticipos, pagos, cartera de las cuentas de clientes.
- Genera automáticamente el asiento contable por cada movimiento que afecte a cuentas contables: venta, anticipo, pago, etc.
- Obtiene diferentes informes que permitan gestionar el estado de un cliente en la organización.

- Genera automáticamente información requerida por el SRI.

6. Compras y Cuentas por Pagar

- Gestión de proveedores y su información personal, de contacto, referencias, etc.
- Cotización de pedidos de compras.
- Registro de ingreso de compras que afectan al inventario.
- Registro de ingreso de compras por servicios.
- Registro de información de compras de acuerdo a los criterios requeridos por el SRI.
- Control de anticipos, pagos, cartera de las cuentas de proveedores.
- Genera automáticamente el asiento contable por cada movimiento que afecte a cuentas contables: compras de bienes o servicios, anticipo, pago, etc.
- Obtiene diferentes informes que permitan gestionar el estado de un proveedor en la organización.
- Genera automáticamente información requerida por el SRI. (Universidad del Azuay, 2019)

2. CAPÍTULO II. ANÁLISIS SITUACIONAL DE LAS PYMES DE LA INDUSTRIA DE MUEBLES EN LA CIUDAD DE CUENCA

2.1 Análisis del Macro Entorno

Para evaluar de una mejor manera el macroentorno de las Pymes que laboran en la industria de muebles en la ciudad de Cuenca se ha implementado un análisis PESTEL, con lo que, mediante esta herramienta se podrá determinar y evaluar los factores externos de las empresas, es decir, sobre los cuales no se puede influir, con el objetivo de disminuir los efectos de las amenazas e incrementar los efectos de las oportunidades, para de este modo lograr un mejor rendimiento empresarial.

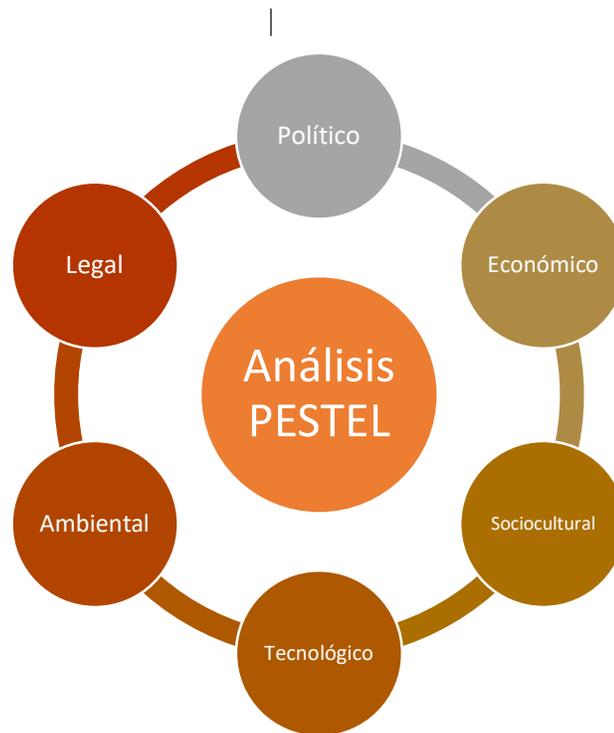
El macroentorno determina el buen o mal funcionamiento del entorno ajeno al de las empresas, es decir a su entorno exterior. Es necesario comprender cómo funciona dicho entorno y cómo se relaciona con el desarrollo interno empresarial, por lo que, toda empresa debe analizar la estructura y el funcionamiento externo con el objetivo de evaluar tanto los puntos fuertes como los débiles y tomar medidas con el fin de lograr los objetivos propuestos durante el año.

Además, se tiene que analizar la oferta y demanda que existe en el mercado y las expectativas del mismo, para de esta manera lograr satisfacer gustos, necesidades y preferencias de los clientes en general.

El análisis PEST es una técnica muy habitual para el análisis del entorno de las empresas y organizaciones. Aunque, inicialmente se trabajaba solamente sobre los cuatro factores (político, económico, social y tecnológico), hay autores que aumentan los factores ambientales y legales (PESTEL), y otros que incluyen el factor internacional y el demográfico (PESTELI), (PESTLIED). Pero en sí, la idea general en cualquier caso es la de ofrecer un espacio de análisis para detectar amenazas y oportunidades en el entorno empresarial externo. (Mario López Guerrero, 2013)

En esta investigación se utiliza el análisis PESTAL, el cual es una herramienta que simplifica comprender a profundidad el entorno en general analizando los siguientes factores:

Ilustración 3: Factores del Análisis PESTEL



Fuente: (CEREM, 2017)

Elaboración: Propia

Para conocer y entender el contexto de una empresa, es importante identificar los aspectos que forman parte de su entorno, y así, comprender de una manera objetiva su funcionamiento y el por qué actúa de ese modo en su sector industrial.

2.1.1 Análisis Político

Haciendo referencia al sector, el gobierno ha promovido políticas que apoyan a la economía, ya que existen leyes que regulan las diferentes industrias, como en su momento lo fue el proyecto de Centro de Fomento del sector de Madera y Mueble en la ciudad de Cuenca en el año 2016, cuya finalidad, respaldado por la inversión de instituciones como el Ministerio de Industrias y Productividad, es impulsar la competitividad y la productividad de las Pymes.

Por otro lado, el país está atravesando por momentos difíciles con lo que respecta al campo político, ya que, existe una crisis de representación por parte del gobierno de turno, por lo cual se han tomado medidas que han dividido completamente al país y que han afectado en el desarrollo industrial y comercial.

En el año 2019 se han adoptado varias medidas drásticas debido al déficit fiscal de cerca de 9000 millones de dólares.

Esto ha afectado el sector comercial e industrial de las Pymes en el Ecuador, ya que se han visto afectados por el incremento en los precios de cierta materia prima, alteraciones en los canales de distribución, producción; etc.

El sector está expectante a que se tomen las mejores decisiones en busca del bien común, a que todo se normalice y se siga buscando el crecimiento y desarrollo de la industria. (CELAG, 2019)

Por lo que, en el siguiente gráfico se observa las ventajas y desventajas de las políticas propuestas en el Ecuador:

Tabla 2: Ventajas y Desventajas del análisis Político

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Promover políticas que apoyan al crecimiento de las industrias.	Crisis Temporales
Impulsar la productividad y la competitividad en Pymes	División del país en base a diferentes políticas propuestas
Implementar el uso de las Tecnologías de la Información (TIC)	Déficit Fiscal

Elaboración: Propia

2.1.2 Condiciones Económicas

En el Ecuador, después de Pichincha y Guayas, las provincias de mayor actividad y dinamismo son Azuay y Manabí, por lo que, es un punto a favor para los empresarios de la ciudad de Cuenca.

En la provincia del Azuay, las empresas que reportan sus estados financieros a la Superintendencia de Compañías representan el 5% del total del PIB de la economía ecuatoriana.

Cuenca se destaca por su calidad de vida, convirtiéndose en una de las mejores ciudades para vivir en el Ecuador, esto debido al alto porcentaje de empleo que se genera en esta localidad, así como también la cobertura de servicios, los niveles de poder adquisitivo y la existencia de una industria significativa en relación al tamaño de la población.

En lo que se refiere a los sectores productivos del Azuay, se destacan las actividades de Comercio e Industria que representan en conjunto el 83% del total de ingresos que se genera en la provincia. La siguiente actividad de importancia es la de Transporte y Almacenamiento, pero representa apenas el 3% del total de ingresos que se generan en esta zona.

Azuay se destaca por mantener una alta tasa de empleo y bajos niveles de desempleo con un 66,5% y 5% sucesivamente. Por otra parte, el desempeño de sus empresas demuestra un crecimiento del 18,8% entre 2016 y 2018, lo que significa que, muchas de las empresas que laboran en esta provincia crecieron pese a las dificultades económicas por las que atraviesa el país. De esta manera, la provincia del Azuay se constituye en un centro de desarrollo descentralizado, en donde se promueve una alta actividad económica, siendo una de las zonas productivas más importantes del Ecuador.

Cuenca posee el PIB per cápita industrial más alto del país, lo que significa que, por cada habitante es la ciudad que más industrias tiene, por lo que, concurda con la alta generación de empleo.

El Azuay es una de las provincias más importantes en el desarrollo económico y social dentro del Ecuador, por lo que, un importante requerimiento es el desarrollo de nuevas zonas industriales, comerciales y tecnológicas, con las cuales se pueda fomentar un crecimiento de micro, pequeños y medianos empresarios. Este objetivo ha sido planteado a las autoridades municipales sin que hasta el momento haya una respuesta positiva, poniendo en riesgo el futuro de la provincia y de la ciudad.

Por otro lado, un factor importante en la mejora de la producción son los costos logísticos, tanto en transporte terrestre como en transporte aéreo, los cuales influyen directamente en el precio final de un producto o servicio.

Es primordial que conjuntamente con autoridades, instituciones públicas e instituciones privadas, se logre una disputa eficiente contra el contrabando y se ayude a formalizar a quienes compiten de manera desleal, ya que la industria azuaya es una industria sólida, una industria innovadora, logrando de esta manera un avance económico tanto para la ciudad como para el país.

La Cámara de Comercio de Cuenca, apoya rotundamente las oportunidades de mejora tanto a nivel nacional como a nivel local, esto para generar un mejor escenario de negocio y progreso empresarial.

Con una formación y actualización constante en nuevas técnicas, avances tecnológicos, estudios; entre otros, se busca mantenerse a la vanguardia, innovando y compitiendo a nivel nacional e internacional. (EKOS, 2018)

Por lo tanto, se generan ciertas ventajas y desventajas en las empresas que se dedican a la producción y comercialización de muebles, dependiendo de la economía en la que se encuentre el país y la ciudad:

Tabla 3: Ventajas y Desventajas de la Condición Económica

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Dinamismo y Actividad Económica	Economía cambiante
Alta calidad de vida	Aprobación de nuevas leyes o estatutos
Alto porcentaje de empleo	Competencia desleal
Alto nivel de poder adquisitivo	
Significativas actividades de Comercio e Industria.	
Apoyo constante en tecnología, innovación y estudios	

Elaboración: Propia.

2.1.3 Características Socioculturales

Cuenca es altamente reconocida por la calidad y hospitalidad de sus habitantes y riquezas culturales; la perfecta combinación entre una ciudad moderna y una ciudad colonial es lo

que la hace única y atractiva, resaltando lo mejor de su arte y arquitectura propio de su cultura y de sus costumbres.

La capital de la provincia del Azuay relata una historia que se basa en museos, creencias y costumbres. La actividad cultural de esta ciudad se destaca con una gran variedad de actividades artesanales, tales como: la mueblería, hojalatería, herrería, cerámica, textil, panadería, entre otras, siendo ésta la tercera ciudad más importante del país.

Según el último censo realizado en el año 2010, estos son los habitantes del Ecuador y de la ciudad de Cuenca:

Tabla 4: Habitantes según CENSO 2010

ESTUDIO	HABITANTES
ECUADOR	14.483.499
AZUAY	712.127
CUENCA	505.585

Fuente: (INEC, 2010)

Elaboración: Propia

En donde, la mayoría de la población de Cuenca son mujeres en un 52.63% seguido de los hombres en un 47.37% del total, con un nivel socioeconómico medio – alto y alto, siendo esta ciudad un blanco perfecto para la industria de muebles.

La Industria de Muebles dentro del cantón Cuenca es muy importante tanto, para el desarrollo socioeconómico del país como de la ciudad, ya que, las 600 fábricas de muebles y madera que funcionan dentro de ella, representan el 60% de la producción y comercialización en el Ecuador dentro este sector manufacturero.

De acuerdo a la Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico (EDEC) de Cuenca, la fabricación de muebles en la ciudad genera alrededor de \$70 millones al año, y el 60% de la facturación de esta industria en el país. Además, de generar más de 6.000 puestos de trabajo, siendo un pilar fundamental para combatir el desempleo local y nacional. (El Telégrafo, 2014)

En general, los empresas productoras y comercializadoras de muebles ofrecen entre cinco y diez años de garantía, sin embargo, dependiendo del cuidado que se les dé, estos duran mucho más.

No obstante, según un estudio realizado por expertos, los ecuatorianos cambian en promedio sus muebles cada cinco años, especialmente sus juegos de sala y de comedor, así lo afirman vendedores, productores, diseñadores de interiores y diseñadores de muebles. (El Universo, 2018)

Dentro de las Pymes de la industria de muebles en general y particularmente dentro de la ciudad de Cuenca, se realiza una específica segmentación de mercado en base a ciertas variables, las cuales permiten a la empresa estudiar de una mejor manera el comportamiento y la conducta del consumidor, a continuación, se detallan las más importantes:

- **Variables Geográficas:** países, regiones, ciudades y barrios.
- **Variables Demográficas:** género, edad, tamaño de familia, religión, cultura.
- **Variables Psicográficas:** clase social, estilo de vida, personalidad, preferencias.
- **Variables Socioeconómicas:** nivel de ingresos.
- **Variables Conductuales:** conductas, gustos, lealtad ante la marca.

Logrando de esta manera reconocer a sus clientes potenciales e ideales, con el fin de satisfacer gustos y necesidades, para con el tiempo volverlos fieles a la marca alcanzando copar en un mayor porcentaje el mercado y un mayor posicionamiento de marca.

En un contexto general, los consumidores cuencanos son bastante tradicionales, pero sobre todo temperamentales, ya que su inclinación y su decisión por una cierta marca de muebles varía según sus gustos, necesidades o simplemente por su círculo social, exigiendo siempre la mejor calidad y el mejor servicio.

“En la actualidad, las personas cambian sus muebles más por tendencia, claro que también influye el precio, el estilo y la calidad al momento de elegir una nueva sala o un nuevo comedor.” (Maricela Macías, 2018)

A continuación, se observa las ventajas y desventajas que se generan en base a las características socioculturales:

Tabla 5: Ventajas y Desventajas de las características Socioculturales

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Personas respetuosas, honestas y amables	Pensamiento cambiante
Riquezas Culturales	Vulnerabilidad
Gran actividad artesanal	
Bajo nivel de desempleo	
Tendencias de consumo	
Nivel de ingresos medio y medio - alto por familia	

Elaboración: Propia.

2.1.4 Recursos Tecnológicos

La tecnología y su exponencial avance juegan un papel muy importante para que una empresa logre ser competitiva en su ámbito laboral, ya que gracias a ésta se pueden automatizar y simplificar varias acciones que anteriormente se las realizaban manualmente y de esta manera llegar a ser más eficientes y eficaces.

El acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) conforma un derecho de todos los ciudadanos ecuatorianos. Es por esto que, el Gobierno de la Revolución Ciudadana, a través del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (MINTEL), promueve el desarrollo y el buen futuro de la sociedad con la adaptación de servicios tecnológicos de primera calidad, por medio del acceso a internet, dotación de equipamiento y capacitación a niños, jóvenes y adultos de todo el país. (TIC, 2017)

El uso de la Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC) juega un papel importante para mejorar la productividad dentro de una empresa. Sin embargo, no es la única que existe dentro del país. Po lo que, la mayoría de las pequeñas y medianas empresas están dispuestas a invertir en tecnología de punta para un mejor rendimiento empresarial, ya que el uso de la misma puede ayudar en procesos de investigación, desarrollo, producción, ventas y distribución.

Para que una empresa pueda ser competitiva es necesario que la misma aumente su eficiencia y eficacia, y que mejor lograrlo con el apoyo de la tecnología y los softwares con servicios en la nube, los cuales ayudan a tener una mayor capacidad de almacenamiento de datos e información de sus productos, servicios, inventarios y potenciales clientes para una mejor toma de decisiones.

La nube se ha convertido en una herramienta cada vez más popular para las empresas de la ciudad. En general, un 48% de empresas dentro de la ciudad ya cuentan con este servicio para ayudar a administrar o dirigir sus negocios.

Los propietarios y directivos de las pequeñas, medianas y grandes empresas en Cuenca planean invertir en tecnologías móviles y computarizadas, tales como teléfonos inteligentes, tabletas y computadoras portátiles. (El Tiempo, 2017)

A continuación, se presentan las ventajas y desventajas de la implementación de la tecnología dentro de un sistema empresarial:

Tabla 6: Ventajas y Desventajas de la implementación de recursos tecnológicos

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Mejora la productividad empresarial	Disminución de puestos de trabajo humano
Automatiza y mejora, tanto los procesos internos como los externos	Problemas de salud por el abuso en sistemas tecnológicos
Brinda acceso a información facilitando su análisis y procesamiento	Incentiva al aislamiento social y la falta de empatía
Permite crear y monitorizar procesos con mayor calidad	Promueve el ocio y la vagancia
Facilita la comunicación y el intercambio de información	Crea dependencia del uso de sistemas tecnológicos
Aumenta la efectividad y rapidez de las respuestas	
La creación de las comunidades colaborativas en tiempo real	
Promover el autoaprendizaje y buen el desempeño personal	

Posibilidad de hacer uso de programas y sistemas de softwares libres y útiles.	
--	--

Elaboración: Propia.

Como se puede observar, la implementación de la tecnología trae consigo grandes ventajas, pero al mismo tiempo hay que saberla implementar y manejar de una manera adecuada, para de esta manera lograr obtener los mayores beneficios posibles, con el fin de alcanzar un nivel óptimo de competencia y a futuro la estabilidad y sustentabilidad por la cual se trabaja.

2.1.5 Análisis Ambiental

El Ministerio del Ambiente, en concordancia con lo estipulado por el pueblo ecuatoriano en la Constitución Política de la República del Ecuador de 2008, velará por un ambiente sano, el respeto de los derechos de la naturaleza o pacha mama. Garantizará un modelo sustentable de desarrollo ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.

El MAE es el organismo del Estado ecuatoriano encargado de diseñar las políticas ambientales y coordinar las estrategias, los proyectos y programas para el cuidado de los ecosistemas y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales. Propone y define las normas para conseguir la calidad ambiental adecuada, con un desarrollo basado en la conservación y el uso apropiado de la biodiversidad y de los recursos con los que cuenta el país.

A continuación, se detalla el artículo 1 expuesto en el MAE, con el fin de respetar y hacer respetar el Medio Ambiente y sus recursos naturales:

"Declarase obligatoria la Evaluación de Impacto Ambiental. Se entenderá por Impacto Ambiental a los efectos legales, toda modificación del medio ambiente provocado por obras o actividades humanas que tengan, como consecuencia positiva o negativa, directa o indirecta, afectar la vida en general, la biodiversidad, la calidad o una cantidad significativa de los recursos naturales o ambientales y su aprovechamiento, el bienestar,

la salud, la seguridad personal, los hábitos y costumbres, el patrimonio cultural o los medios de vida legítimos". (MAE, 2017)

En base a los estatutos y políticas ecológicas – ambientales dirigido hacia el sector industrial de muebles en el Ecuador, existen varios factores que intervienen para hacer prevalecer las mismas, factores tales como la tala de los árboles y la contaminación ambiental por la producción de los muebles y productos de madera en general, son los principales inconvenientes que enfrenta este tipo de industria manufacturera.

En un gran porcentaje, la madera que se utiliza para la fabricación de los muebles dentro de la ciudad de Cuenca es extraída del territorio oriental del país; maderas tales como el roble, seike, laurel, canelo, entre otros. La tala de árboles y este tipo de recursos son limitados, tanto en la región como en el país, por lo que, es necesario realizar con el mayor de los cuidados posible y buscando siempre proteger el medio ambiente, evitando daños en el mismo y posibles sanciones.

Con el fin de evitar el excesivo uso de los árboles como fuente principal de materia prima para la fabricación de muebles y artículos de madera se a implementado en el mercado una nueva idea de negocio, que son los muebles alternativos.

A simple vista parecen ser muebles o mobiliario urbano de madera, pero son totalmente fabricados con residuos plásticos. El objetivo de esta idea es buscar reemplazar la madera vegetal convencional como materia prima principal evitando la tala de los árboles. La empresa que provee de todos lo necesario para la fabricación de estos muebles es “Madera Plástica Ecuador”.

La madera plástica reciclada se convierte de esta manera en una alternativa ecológica frente a la madera natural. Existen diversos tipos de esta madera, en algunos casos incluye mezclas de residuos orgánicos, tales como de arroz, cáscara de girasol, banano, aserrín y aditivos. Este tipo de madera compuesta necesita mantenimiento, pues al ser orgánico sufre degradación y acorta su tiempo de vida.

El otro tipo, llamado “Plastic Lumber”, es la madera 100% plástica obtenida del reciclaje de polietileno de alta y baja densidad, con esta se fabrican productos que tienen un tiempo de vida estimado mayor a 100 años. Este tipo de mueblería se la puede utilizar en cualquier región del país, ya que se adapta a cualquier tipo de clima, situación o escenario, brindando la comodidad de un mueble de madera natural. (El Universo, 2016)

El 30 de diciembre del 2016 entró en vigencia la Ley Orgánica de Cultura, esta normativa reconoce a la cultura e identidad como elementos vitales del Ecuador plurinacional, con enfoque intercultural. Además, garantiza que la cultura se exprese sin límites ni censura, fomenta la creación, difusión, valoración e innovación de los conocimientos, bienes y productos culturales.

Esta norma crea el Sistema Nacional de Cultura, para potenciar el cuidado de este patrimonio y fomentar la expresión creativa de una forma integral y a escala nacional.

Impulsa la organización y articulación de los sectores relacionados con el arte, manufactura, cultura, educación, ciencia y tecnología, turismo y producción. También promueve la utilización eficaz y eficiente de los recursos públicos asignados a la cultura, manejo transparente de recursos y rendición de cuentas.

La Ley de Cultura vela por la protección y la conservación del patrimonio cultural, memoria social, conocimientos colectivos, saberes ancestrales, lugares y rituales sagrados. (Órgano del Gobierno del Ecuador, 2016)

A continuación, se observa las ventajas y desventajas del análisis ambiental dentro de las industrias ecuatorianas:

Tabla 7: Ventajas y Desventajas del Análisis Ambiental

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Protección del medio ambiente	Restringida obtención de materia prima natural
Respeto del derecho de la naturaleza	Incrementa el coste o la inversión de las empresas
Aprovechamiento sostenible de los recursos naturales	Desaparición de empresas por incumplimiento de la ley
Prevención de la tala de árboles y contaminación ambiental	
Nuevos modelos de negocio (Madera Plástica)	
Reciclaje y nuevo uso	
Mejora la calidad de vida de la sociedad	

Eficiencia en la utilización de los recursos naturales	
--	--

Elaboración: Propia.

2.1.6 Análisis Laboral

Según el (Ministerio del Trabajo) existen algunas leyes que afectan a la producción y comercialización en la industria de muebles, como es el caso de las salvaguardias, las cuales afectan el precio de venta final de los productos, puesto que se eleva el costo de la producción; especialmente en la materia prima, debido a que algunos materiales son importados, de la misma manera si los productores manejan canales de distribución, los intermediarios también tienen su margen de utilidad, esto influye de manera directa en los costos y en el precio de venta, aquí entra en juego el conocimiento de los participantes para establecer los márgenes deseados y que los productos lleguen con precios competitivos al mercado.

De la misma manera se ha buscado llegar a un acuerdo acerca de las leyes y reglamentos que rigen las políticas públicas como la disminución o eliminación de los aranceles para las herramientas tecnológicas que son de mucha importancia para el desarrollo de la industria.

Durante los últimos cinco años, desde junio del 2014 hasta junio del 2019, la población ecuatoriana ha crecido aproximadamente en un millón de habitantes, mientras que la población económicamente activa (PEA) creció en 800.000 personas y el empleo en 770.000. Por lo que, a pesar de que existen un crecimiento casi a la par de la PEA y el empleo, el mayor problema radica en la calidad del trabajo creado.

Durante este periodo el empleo adecuado cayó en 290.000 plazas, mientras que el empleo mal remunerado registró un incremento.

La Dirección de Seguridad, Salud en el Trabajo y Gestión Integral de Riesgos del Ministerio Rector del Trabajo existe desde que la ley determinara que “los riesgos del trabajo son de cuenta del empleador” y que hay obligaciones, derechos y deberes de cumplimiento técnico – legal en materia de prevención de riesgos laborales, con el fin de velar por la integridad físico – mental de los trabajadores. (Ministerio del Trabajo, sf)

Entre los objetivos que persigue el Programa de Seguridad y Salud Ocupacional en el Trabajo están:

- Mejorar las condiciones de los trabajadores referentes a Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Desarrollar conciencia preventiva y hábitos de trabajo seguros en empleadores y trabajadores.
- Disminuir las lesiones y daños a la salud provocados por el trabajo.
- Mejorar la productividad en base a la gestión empresarial con visión preventiva.
(Ministerio del Trabajo, sf)

De esta manera y con la creación de un Régimen de Seguridad Social, se reconoce todos los derechos laborales y salariales de cada uno de los trabajadores, sean creadores, productores o técnicos, o sea que ejerzan diversos trabajos en los diferentes sectores industriales del Ecuador.

En base al análisis laboral, se generan las siguientes ventajas y desventajas:

Tabla 8: Ventajas y Desventajas del Análisis Laboral

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Velar por la seguridad de los empleados	Cambios continuos de leyes y estatutos en temas laborales
Respetar horarios de trabajo	Leyes que afectan a la producción y comercialización (Salvaguardias)
No extorsionar a los empleados	
Constante apoyo tanto al empleado como al empleador	
Disminución o eliminación de los aranceles para herramientas tecnológicas	
Incremento de la productividad	

Elaboración: Propia.

2.2 Análisis del Micro Entorno

Según (Renata Marciniak) el microentorno es el que determina las condiciones del funcionamiento y el desarrollo de las empresas limitando la toma de decisiones de las mismas. Este se puede definir como el sector en el cual las empresas se desenvuelven, es decir, que ofrecen los mismos productos o servicios.

El microentorno en el cual una empresa desarrolla sus actividades, nos indica su funcionamiento interno, por lo tanto, interviene directamente en el resultado que ésta obtenga al final de un periodo.

Por esta razón, es preciso entender tres puntos importantes:

- Cómo funciona dicho entorno.
- Conocer las variables que lo componen.
- La relación con el funcionamiento de la empresa.

Es decir que, toda empresa debe analizar y estudiar el sector y su estructura empresarial, con el objetivo de conocer su potencial y su límite, en base a la demanda del mercado y las expectativas de los consumidores.

Existen varios métodos o herramientas que nos permiten realizar el análisis del microentorno, los cuales se destacan a continuación:

- Evaluación ponderada del sector en el cual participa la empresa.
- Valoración de la competitividad del sector según las cinco fuerzas de Porter: la rivalidad entre empresas, la amenaza de entrada de nuevos competidores, la amenaza de ingreso de productos sustitutivos; el poder de negociación de los compradores; el poder de negociación de los proveedores.
- Benchmarking, el cual consiste en la medición y comparación de todos los procesos internos en base a la empresa que mejor represente el sector.
- Análisis de grupos de interés, es decir, se analiza a un grupo o a un individuo que puede intervenir para bien o para mal en el cumplimiento de los objetivos empresariales. (Renata Marciniak, 2017)

El presente trabajo se lo realiza en base a 5 variables, las cuales ayudan a entender de una mejor manera el mercado y cada uno de los factores que implican un cambio en el mismo.

A continuación, se detalla cada uno de ellos:

Ilustración 4: Factores de estudio en el Microentorno Empresarial



Fuente: (MARKETING o mercadotecnia, sf)

Elaboración: Marketing7

2.2.1 Empresa

En la ciudad de Cuenca, una mueblería en sí, es un establecimiento que se dedica a la producción y comercialización de diferentes tipos de mobiliarios, los cuales pueden ser utilizados para ambientar espacios como: casas, oficinas, negocios, villas, quintas consultorios; etc.

Por lo general, las mueblerías incluyen entre sus opciones todo tipo de muebles, aunque algunas se especializan en determinados modelos, ya sean estos: salas de comedor, escritorios, muebles de oficina, muebles de cocina, muebles de baño, muebles para niños, muebles de jardín; etc.

Además, en una mueblería los clientes pueden adquirir los productos de manera individual o en conjunto, de acuerdo a diferentes factores, gustos o preferencias de los mismos.

Los precios y las características de los muebles pueden ser muy variados entre una mueblería y otra, ya que inciden una serie de factores y variables que determinan su costo y producción. Los principales se detallan a continuación:

- Marca
- Calidad
- Diseño

Por lo que, es en base a estos tres factores que varían precios, modelos, calidad y durabilidad de cada uno de los muebles.

En Cuenca existen alrededor de 500 fábricas y empresas que se dedican a la comercialización y producción de muebles, productos de madera y productos sustitutos, las cuales se encuentran dispersadas a lo largo de la ciudad, siendo ésta una rama importante para la generación de empleo, desarrollo y economía de la misma.

Entre las principales mueblerías de la ciudad de Cuenca tenemos:

- Vitefama
- Colineal
- Muebles Vera Vázquez
- Ecuamueble
- Muebles Quimera
- Mueblería Burgués
- Muebles Madecas

Las cuales, son dignas representantes de los diseños de vanguardia, la calidad y la comodidad y el reconocimiento de todas las mueblerías que funcionan dentro de la ciudad.

- Muebles de Cocina
- Muebles de Oficina
- Muebles de Jardín
- Muebles de Niños
- Sillas y Sofás

Por lo que, la competitividad para satisfacer gustos y necesidades de los consumidores dentro de este sector industrial es muy alta y sobre todo compleja.

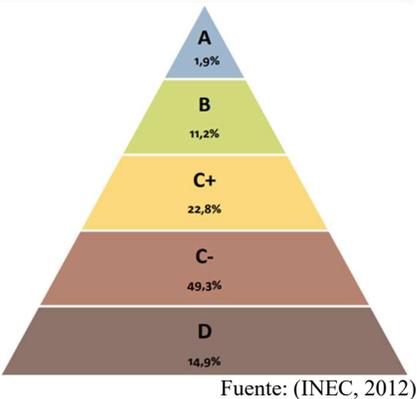
2.2.2 Clientes

El consumidor tiene diferentes comportamientos de compra impulsados por varios factores, que pueden ser culturales, sociales, personales y por motivación, de acuerdo a las necesidades y a la oferta del mercado.

El sector industrial de muebles ofrece mucha variedad de productos en diferentes categorías, existen empresas que se encargan solamente de la fabricación, empresas que realizan la comercialización, y empresas que realizan las dos actividades para lograr satisfacer los gustos y preferencias de los clientes finales.

El perfil del cliente de las mueblerías de la ciudad de Cuenca se determina en base a las variables que se detallan a continuación:

Tabla 9: Variables del Perfil Del Cliente de las mueblerías de la ciudad Cuenca

VARIABLES DEMOGRÁFICAS		
		DESCRIPCIÓN
SEXO	Hombres Y Mujeres	Hay que tomar en cuenta ambos géneros, ya que los dos utilizan los productos de una mueblería.
RANGO DE EDAD	24 a 65 años	Es el rango medio de edad en que las personas se encuentran económicamente activas.
VARIABLES PSICOGRÁFICAS		
		DESCRIPCIÓN
NIVEL SOCIOECONÓMICO	 <p>Fuente: (INEC, 2012)</p>	Debido a que este tipo de producto se considera como una necesidad básica, se ha tomado en cuenta todos los niveles socioeconómicos.
ESTILO DE VIDA (Grupos de Referencia)	Clase Social y Grupo Social	Influye de manera directa en la toma de decisiones al momento de escoger una empresa o marca específica.

<p>GUSTOS Y PREFERENCIAS</p>	<p>Diseño Estilo Color Comodidad</p>	<p>De acuerdo al lugar, la necesidad o el uso.</p>
-------------------------------------	--	--

Fuente: Elaboración Propia

2.2.3 Proveedores

El enfoque está dirigido a la industria de muebles en la ciudad de Cuenca, por lo tanto, hay que tomar en cuenta a los principales proveedores de madera, de la misma manera existen diferentes proveedores ya que la fabricación de muebles se puede realizar con una variedad de materiales, tanto principales como secundarios.

Los principales proveedores son empresas dedicadas a la madera y de más materiales que se usan para la fabricación de los muebles.

En la ciudad de Cuenca existen varias empresas dedicadas a la comercialización y distribución de madera, las principales se detallan a continuación:

- Edimca
- Placacentro Masisa
- Novacentro
- Imporquivi
- Maderas Valdez
- Maderas El Bosque
- Disensa
- Depósitos de madera

Estas empresas se encargan de proveer la madera como materia prima principal para el uso y fabricación de los distintos productos que se comercializan dentro del sector de muebles, ya que existe una gran demanda por parte del mercado.

La madera como materia prima se la obtiene en gran porcentaje de dos de las regiones del territorio ecuatoriano, maderas tales como: el roble, el seike, el laurel, el canelo; entre

otros, se obtiene de la región oriental, mientras que el eucalipto y el pino se obtiene de la región sierra.

Otro tipo de proveedores que forman parte de la industria de muebles son las ferreterías en general, ya que éstas se encargan de proveer los materiales secundarios, complementarios y de uso para el proceso de producción; herramientas tales como: tornillos, pinturas, taladros; etc.

También se denominan proveedores a las empresas que comercializan materiales de construcción, como pueden ser Mega Hierro, kiwi; etc. Donde se puede encontrar una gran variedad de materiales, como: hierro, aluminio, fibras, plástico, resina; etc.

2.2.4 Distribuidores

En la actualidad, las Pymes luchan por subsistir en un mundo totalmente globalizado y en mercados altamente competitivos en donde, las exigencias son cada vez más fuertes y complejas.

Adaptarse al entorno y mejorar procesos tales como: el precio, la calidad de sus productos, los canales de distribución, una mejor atención al cliente, el servicio de entrega a domicilio, etc. Son algunos de los factores que les permiten a las Pymes ser más competitivas para no verse absorbidas por las grandes empresas que también operan en el mismo sector industrial.

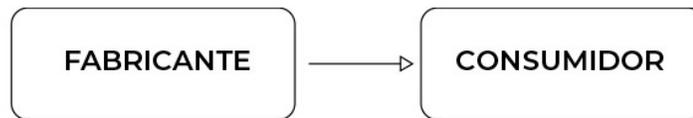
Las Pymes en la ciudad de Cuenca que operan en el sector industrial de las Mueblerías utilizan diferentes canales de distribución, en función de elegir el que sea el más óptimo con el fin de poder generar mayor eficiencia y eficacia al momento de comercializar sus productos.

Se puede identificar en las Pymes que se han tomado como objeto de estudio, en función del tamaño, que se dividen en; micros, pequeñas y medianas industrias, las cuales, de acuerdo con las evidencias encontradas utilizan 3 tipos de canales de distribución para sus productos, los mismos que se detallan a continuación:

Canal Directo

Todas la Pymes cuentan con un espacio físico para comercializar sus productos, por lo tanto, utilizan un canal o venta directos, es decir venden directamente al consumidor, este canal es más utilizado por las Pymes denominadas pequeñas.

Ilustración 6: Canal Directo

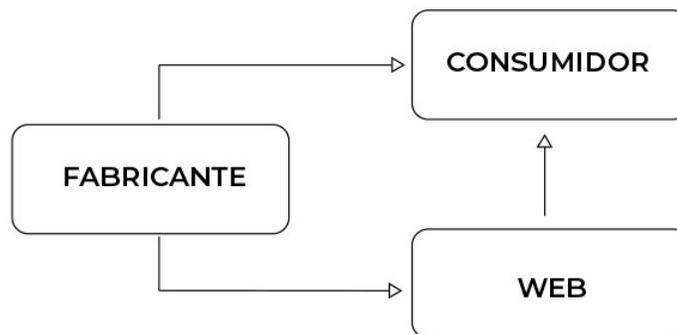


Elaboración: Propia

Canal Mixto

Este es el tipo de canal más utilizado por las Pymes denominadas medianas y grandes, debido a una mejor organización, procesos, estructura, etc. Han podido adaptarse a la tecnología, venden a través de venta directa y medios de comunicación digitales (páginas web y redes sociales generalmente).

Ilustración 7: Canal Mixto

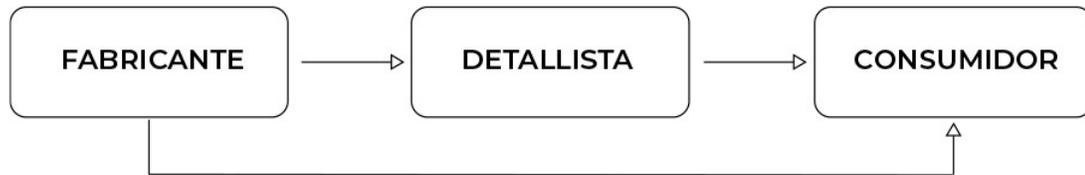


Elaboración: Propia

Canal Indirecto

Al tratarse de Pymes denominadas micros, trabajan de manera más empírica, se dedican más a la fabricación, comercializan de manera directa pero también por distribución a través de intermediarios, trabajan de manera más artesanal.

Ilustración 8: Canal Indirecto



Elaboración: Propia

2.2.5 Competidores

Las empresas viven momentos de adaptación al mercado, el cual, es muy competitivo. Servicio al cliente, canales de comercialización, procesos de producción, materias primas, nuevas tecnologías, son unos de los tantos factores que vuelven a las empresas más competitivas y que pueden ayudar a obtener una cierta ventaja frente a sus inmediatos competidores.

Las Pymes de la ciudad de Cuenca que operan en el sector industrial de muebles se encuentran en un mercado altamente competitivo, ya que, existe la amenaza de nuevos competidores, los cuales son empresas que se dedican al mismo modelo de negocio que consiste en la fabricación y comercialización de muebles.

La presencia de competidores directos e indirectos, es lo que representa para las Pymes implementar mejores procesos internos y mejores estrategias de comercialización, con el fin de lograr satisfacer de mejor una manera las necesidades de sus consumidores y no verse opacadas por la competencia.

Competencia Directa

Se entiende como competidores directos a todas las empresas que se desenvuelven en un mismo sector, comercializando y fabricando productos o servicios, para tratar de satisfacer las necesidades de los consumidores.

Para las Pymes del sector de muebles de la ciudad de Cuenca, la competencia directa son las grandes empresas que operan en el mismo sector industrial, siendo las principales las siguientes:

- Vitefama
- Carrusel
- Maderform
- Colineal

Estas son algunas de las empresas que tienen un mayor posicionamiento y prestigio en el mercado Azuayo, ya que, cuentan con más recursos, tecnología y sobre todo una gran experiencia en el mismo.

Competencia Indirecta

Se entiende como competidores indirectos a todas las empresas que se desenvuelven en un mismo mercado, pero que buscan satisfacer las necesidades de los clientes con la comercialización de productos similares o sustitutos, en este caso, enfocados a las Pymes que operan en el sector industrial de muebles.

Se pueden identificar como productos sustitutos a los muebles de metal, acero, mimbre, hierro forjado, plástico, etc.

Algunas de las empresas que se dedican a la venta y comercialización de este tipo de productos son:

- Home Metal
- Muebles Quimera
- Muebles Metálicos Matute
- Pika

Ofreciendo una variedad de productos a un precio y calidad diferente.

3. CAPÍTULO III. ESTUDIO DE MERCADO DE LA VIABILIDAD DEL SISTEMA UDA ERP

3.1. Objetivos de la Investigación de Mercados

Las Pymes se encuentran en cambios constantes debido al rápido avance de la tecnología en los últimos años, por lo que, si las mismas quieren lograr una competitividad empresarial deben implementar algún tipo de sistema tecnológico que les permita brindar eficacia, eficiencia, dinamismo; etc.

Los objetivos que se van a tomar en cuenta en la presente investigación acerca de las Pymes de la ciudad de Cuenca, se basan en los siguientes puntos específicos:

- Objetivos de la Investigación de Mercados
- Objetivo General
- Objetivos Específicos

Objetivos de la Investigación de Mercados

La investigación de mercados es una herramienta que tiene como objetivo principal ayudar a las empresas en la toma de decisiones, permitiéndolas obtener la información necesaria para establecer las diferentes reglas, políticas, objetivos, estrategias y futuros planes dependiendo de los intereses y metas de las misma.

Los objetivos propuestos en la presente investigación se detallan a continuación:

- Conocer el número de Pymes que se dedican a la venta y comercialización de muebles.
- Dividir en pequeñas y medianas empresas al segmento objetivo.
- Realizar un análisis cuantitativo y cualitativo del mercado objetivo.
- Conocer el grado de aceptación del servicio por parte de las Pymes de la ciudad de Cuenca.

- Crear estrategias de publicidad y comercialización del servicio en base a resultados obtenidos durante la investigación.

Objetivo General

Facilitar a pequeñas y medianas empresas una herramienta que les permita optimizar sus operaciones y mejorar su competitividad.

Objetivos Específicos

- Encontrar factores que motivan a las Pymes a implementar un sistema ERP.
- Calcular la demanda del servicio.

3.2. Definición del Mercado Objetivo y Diseño de la muestra

El (INEC, 2012) coloca a disposición de las autoridades estatales, organismos, estudiantes y público en general, la “Clasificación Nacional de Actividades Económicas CIIU Revisión 4.0”, este cuenta con un respaldo y sustento técnico en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Actividades Económicas CIIU Revisión 4.0”, preparada por las Naciones Unidas, el cual permite clasificar las actividades económicas de las empresas y de los establecimientos.

Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Actividades Económicas (CIIU Revisión 4.0)

La CIIU, sirve para clasificar uniformemente las actividades o unidades económicas de producción, dentro de un sector de la economía, según la actividad económica principal que desarrolle.

Clasificaciones

Son normas internacionales que están diseñadas para agrupar fenómenos u objetos en conjuntos homogéneos, basado en criterios preestablecidos y en función del uso que tendrán estas clasificaciones.

Actividad Económica

Se denomina actividad económica a cualquier proceso mediante el cual se obtiene bienes y servicios que cubren las necesidades.

Las actividades económicas pueden describirse y clasificarse de acuerdo a sus características tales como:

- Tipo de bienes o servicios producidos.
- Tipo de insumos utilizados o consumidos.

Actividad Económica Principal

Es aquella que mayor valor añadido brinda a la empresa, los productos que se ofertan en una actividad principal pueden ser productos principales o subproductos.

Actividad Económica Secundaria

Es toda actividad independiente que oferta productos destinados principalmente a terceros, ya que no es la actividad principal de la empresa en general.

Los productos de este tipo de actividad económica son netamente secundarios, ya que la mayoría de las organizaciones económicas producen algún producto secundario.

Actividades Auxiliares

Son las que existen para respaldar actividades de producción principales de una empresa generando productos o servicios no duraderos, de uso principal o de uso exclusivo de dicha entidad.

Industria

Es el conjunto de todas las entidades de producción que se dedican principalmente a una misma clase de actividades productivas.

Principios de la CIU

- Es una estructura de clasificación coherente y consistente de actividades económicas.
- Se basa en un conjunto de conceptos, definiciones principios y normas.
- Proporciona un marco general en que los datos económicos pueden reunirse y divulgarse en un formato diseñado para fines de análisis económico, adopción de decisiones y elaboración de políticas.
- **Finalidad:** establecer una clasificación uniforme de las actividades económicas productivas.
- **Propósito principal:** es ofrecer un conjunto de categorías de actividades que se pueda utilizar para reunir y presentar las estadísticas de acuerdo con esas actividades.
- **CIU:** clasifica a las entidades en función de la actividad económica principal que realizan.

Criterios para definir la CIU

- Se basan en insumos de bienes, servicios y factores de producción.
- El Proceso y la tecnología de producción.
- Las características de los productos.
- Las categorías de cada nivel de la clasificación son mutuamente excluyentes.

Estructura Esquemática por Secciones

- A.** Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.
- B.** Explotación de minas y canteras.
- C.** Industrias manufactureras.
- D.** Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.
- E.** Distribución de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento.
- F.** Construcción.
- G.** Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.
- H.** Transporte y almacenamiento.
- I.** Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.
- J.** Información y comunicación.
- K.** Actividades financieras y de seguros.
- L.** Actividades inmobiliarias.
- M.** Actividades profesionales, científicas y técnicas.
- N.** Actividades de servicios administrativos y de apoyo.
- O.** Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.
- P.** Enseñanza.
- Q.** Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.
- R.** Artes, entretenimiento y recreación.
- S.** Otras actividades de servicios.
- T.** Actividades de los hogares como empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares como productores de bienes y servicios para uso propio.
- U.** Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales. (INEC, 2012)

En base a este análisis y a los diferentes sectores industriales que se detallan en el CIU, se ha logrado determinar el número de encuestas a realizar por medio del código y de la verificación de cada empresa que se dedica a la venta y fabricación de muebles dentro de la ciudad. (Véase en Anexo 1). Siendo un total de 57 empresas registradas en la Super Intendencia de Compañías, según el sector “C” de las Industrias Manufactureras, en la provincia del Azuay, cantón Cuenca, por lo que, se desarrollan 60 encuestas para minimizar el margen de error.

3.3. Desarrollo del Cuestionario

Se ha estructurado el siguiente cuestionario con el objetivo de conocer y realizar un análisis acerca de las Pymes del sector de la industria de muebles y de la aceptación de los Sistemas ERP y del Sistema UDA ERP en específico.

Cuestionario



Buenos días / tardes. Somos estudiantes de la Universidad del Azuay de la carrera de Ingeniería en Marketing, actualmente estamos realizando una encuesta sobre el uso y la viabilidad de los sistemas ERP (Enterprise Resource Planning) dentro de las Pymes de la ciudad de Cuenca. Le pedimos muy cordialmente nos conceda unos minutos de su tiempo para darnos su valiosa opinión sobre este tema. Aclarando que garantizamos confidencialidad con sus respuestas, con lo que solicitamos su autorización para utilizar datos e información para su respectivo análisis.

Esta encuesta aplica únicamente a Pymes del sector de la industria de Muebles dentro de la ciudad de Cuenca. Gracias por su tiempo.

1. Tamaño de la empresa

- Micro
- Pequeña
- Mediana

2. Áreas con las que cuenta la empresa (Seleccione una o más respuestas)

- Administrativa
- Ventas
- Contabilidad
- Producción
- Manufactura
- Informática
- Otras

3. ¿En qué áreas ha experimentado problemas, ya sean continuos u ocasionales? (Seleccione una o más respuestas)

- Administrativa
- Ventas
- Contabilidad
- Producción
- Manufactura
- Informática
- Otras

4. En caso de tenerlos. ¿Con qué frecuencia los experimenta? En caso de que NO, continúe a la pregunta 5.

- Al menos una vez al día
- Al menos una vez a la semana
- Al menos una vez al mes
- Trimestral
- Semestral
- Anual
- Sobre el año

5. ¿Cuál es el nivel de confianza con respecto al uso de la tecnología?

- Bajo
- Medio
- Alto

¿Porque el nivel de confianza?

.....

6. ¿Qué importancia tiene para su empresa la implementación de recursos tecnológicos?

- Poco Importante
- Importante
- Muy Importante

7. ¿Cree que la implementación de recursos tecnológicos favorece para el cumplimiento de los objetivos empresariales?

- Sí
- No

Si su respuesta fue NO, por favor explique el por qué.

.....

8. ¿Conoce sobre los Sistema de Gestión Empresarial o Sistemas ERP? Si su respuesta es SI, continúe a la pregunta 11.

- Sí
- No

9. ¿Le gustaría recibir más información sobre los Sistema de Gestión Empresarial o Sistemas ERP? Si su respuesta es NO, continúe a la pregunta 11.

- Sí
- No

10. ¿Qué canal es por el quisiera recibir información?

- Redes Sociales
- Página Web del fabricante
- Correo Electrónico
- Prensa
- Televisión
- Revistas especializadas
- Otros

11. ¿Utiliza algún Sistema de Gestión Empresarial o Sistema ERP?

- Sí
- No

Si su respuesta es SI. ¿Qué tipo de sistema utiliza? Si su respuesta es NO, continúe a la pregunta 14.

Nombre.....

Descripción.....
Porqué lo eligió.....

12. ¿Cuánto en promedio a pagado por el software?

- Entre 0 a \$2000
- Entre \$2001 a \$5000
- Entre \$5001 a \$10000
- Entre \$10001 a \$15000
- Sobre los \$15000

13. La modalidad de pago por el servicio del software es

- Un solo pago
- Mensualidades por soporte
- Arriendo
- Software Gratuito

14. ¿Considera que el uso de un Sistema ERP es necesario dentro de su empresa?

- Sí
- No

Si su respuesta es NO indique la razón, con lo cual finaliza la encuesta.

.....

15. ¿Implementaría un Sistema ERP?

- Si
- No

Si su respuesta es SI continúe con la siguiente pregunta, caso contrario finaliza la encuesta.

✓ **Información sobre el Sistema UDA ERP**

¿Sabía usted que la Universidad del Azuay cuenta con un software de gestión empresarial llamado “UDA - ERP” para PYMES? Este sistema está diseñado de acuerdo a las necesidades del mercado y la realidad nacional. Esta herramienta tecnológica proporciona a las PYMES del sector productivo y generadoras de bienes y servicios, los recursos necesarios para la optimización de sus operaciones, incrementar la productividad y el apoyo al crecimiento del negocio.

Beneficios

- Adaptable a diferentes tipos de industria y giro de negocio.
- Intuitivo y de fácil uso para el usuario.
- Multiempresa y multiusuario.

- Disponible y accesible desde cualquier ubicación geográfica, ya que solo se requiere conexión a internet y un navegador web.
- Seguridad.
- Ventajoso para el negocio, ya que aprovecha los recursos de la nube, reduciendo así costos de infraestructura, servidores y equipos especializados.

El sistema UDA - ERP cuenta con un diseño modular y escalable, permitiéndole trabajar de un modo independiente o integrado gracias a sus múltiples componentes.

Módulos

- Inventarios
- Manufactura
- Contabilidad General
- Contabilidad de Costos
- Ventas y Cuentas por Cobrar
- Compras y Cuentas por pagar

16. Conociendo los beneficios que le brinda el Sistema UDA ERP. ¿Lo implementaría o escogiera otra empresa?

- Si
- Otra

Si su respuesta fue SI continúe con la siguiente pregunta, caso contrario termina la encuesta.

17. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el Sistema UDA ERP?

- Suscripción inicial más el 1% del volumen de ventas.
- Suscripción inicial más el 2% del volumen de ventas
- Suscripción inicial más el 3% del volumen de ventas.
- Suscripción inicial más \$100 mensuales.

18. ¿Cómo Implementaría el Sistema UDA ERP?

- Sistema Completo
- Por Módulos

Si su respuesta es “Por módulos” responda la siguiente pregunta, caso contrario continúe a la pregunta 20.

19. ¿Cuáles de los siguientes Módulos del Sistema UDA ERP implementaría dentro de su empresa? (Seleccione una o más respuestas)

- Inventarios
- Manufactura
- Contabilidad General
- Contabilidad de Costos
- Ventas y Cuentas por cobrar
- Compras y Cuentas por pagar

20. ¿Cuál es la marca de software ERP que más ha escuchado?

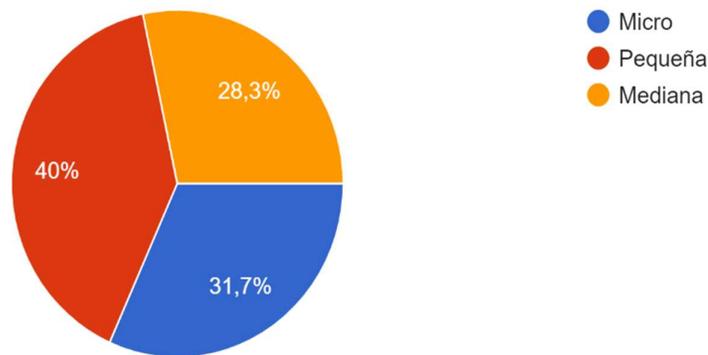
- Odoo
- Pac
- Sap
- Sami
- Bemus
- Open ERP
- ONE View
- Ninguno
- Otros

3.4. Recopilación y Análisis de los datos obtenidos

Mediante el desarrollo de la encuesta a un total de 60 Pymes del sector de muebles dentro de la ciudad de Cuenca, se ha logrado obtener datos y respuestas necesarias para el desarrollo de la investigación. A continuación, se detalla cada pregunta con cada una de las respuestas obtenidas.

Tamaño de la empresa

Ilustración 9: Respuestas de la pregunta 1

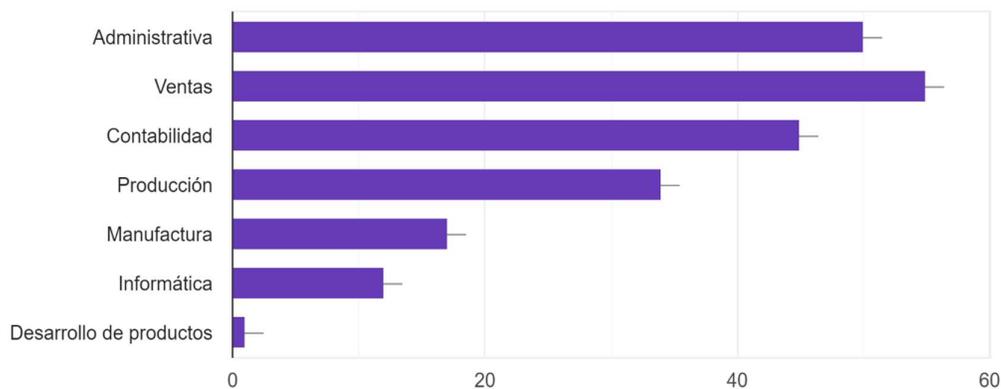


Elaboración: Propia

Del total de Pymes encuestadas, se puede observar que existe una mayor cantidad de pequeñas empresas con un 40%, seguidas de las micro empresas con un 31.7% y por último las medianas empresas con un 28.3%, siendo un rango promedio muy similar del tamaño de las empresas; es decir que del total de las 60 empresas; 24 son pequeñas, 19 son micro y 17 son medianas.

Áreas con las que cuenta la empresa (Seleccione una o más respuestas)

Ilustración 10: Respuestas de la pregunta 2

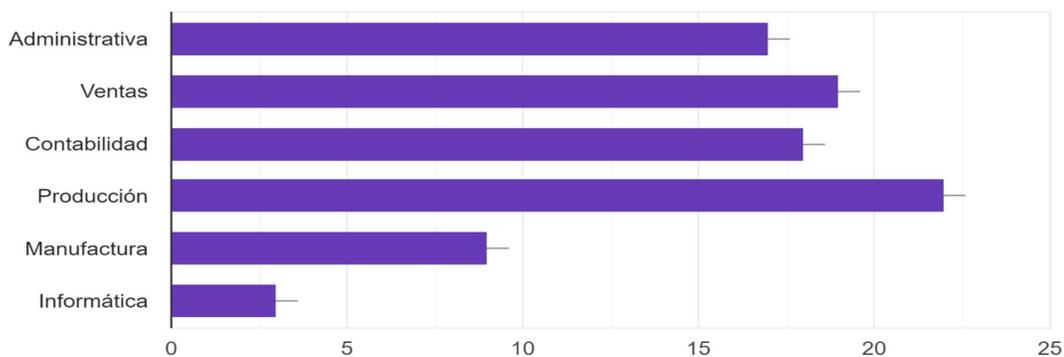


Elaboración: Propia

El área de ventas se encuentra en la mayor cantidad de empresas encuestadas con un total de 55 de las 60 empresas (91.7%), seguida del área administrativa con 50 (83.3%), el área de contabilidad con 45 (75%), el área de producción con 34 (56.7%), el área de manufactura con 17 (28.3%), el área de informática con 12 (20%) y por último la opción de otros, con el área de desarrollo de productos con 1 (1.7%).

¿En qué áreas ha experimentado problemas, ya sean continuos u ocasionales? (Seleccione una o más respuestas)

Ilustración 11: Respuestas de la pregunta 3

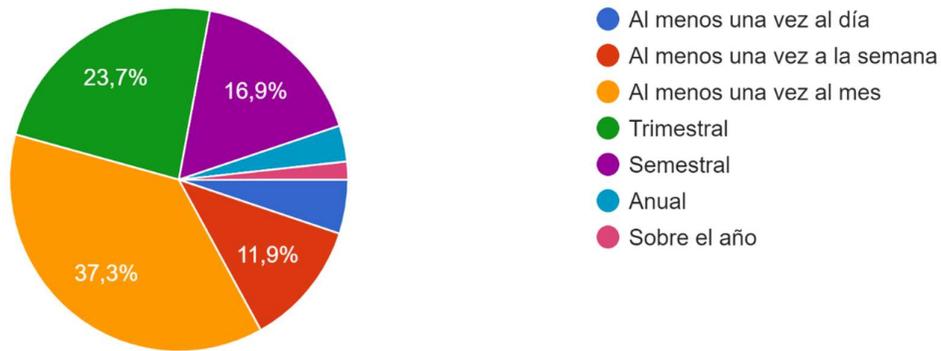


Elaboración: Propia

El área en la que más experimentan problemas las Pymes del sector de muebles, es en el área de producción con un total de 22 empresas de las 60 (37.3%), seguida del área de ventas con 19 (32.2%), el área de contabilidad con 18 (30.5%), el área administrativa con 17 (28.8%), el área de manufactura con 9 (15.3%), y por último el área de informática con 3 (5.1%) , ya que al ser pocas las empresas que cuentan con esta área, es con la que por obvias razones no tienen problemas o los problemas son mínimos.

En caso de tenerlos. ¿Con qué frecuencia los experimenta? En caso de que NO, continúe a la pregunta 5.

Ilustración 12: Respuestas de la pregunta 4



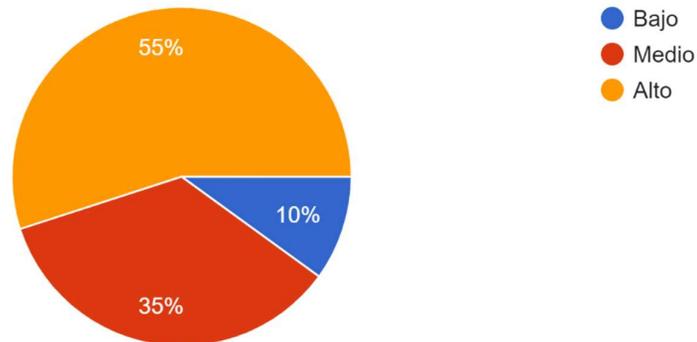
Elaboración: Propia

Todas las empresas encuestadas se han encontrado con problemas desde el primer día de funcionamiento hasta la fecha. La mayor frecuencia con la que experimentan algún tipo de problema es de al menos una vez al mes con un total de 37.3%, seguido de una frecuencia trimestral con un 23.7%, problemas semestrales con un 16.9%, problemas de al menos una vez por semana con un 11.9%.

Mientras que experimentan muy pocos problemas o simplemente no tienen problemas ya sean a diario, anuales o sobre el año con un total de 3.4%

¿Cuál es el nivel de confianza con respecto al uso de la tecnología?

Ilustración 13: Respuestas de la pregunta 5

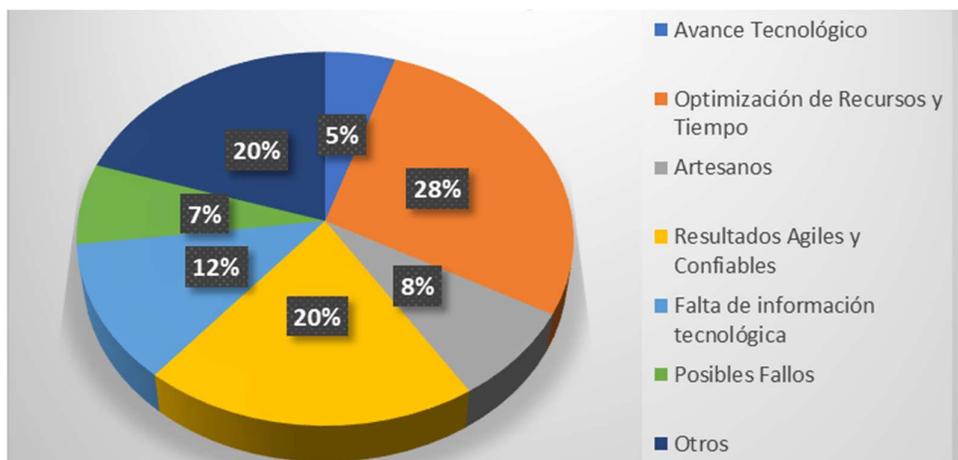


Elaboración: Propia

Con el pasar del tiempo la tecnología ha tenido un avance positivo exponencial, de tal manera que la mayoría de las empresas buscan implementar siempre tecnología de punta dentro de las mismas, por lo que, la confianza en la tecnología es de un nivel alto con un 55%, seguido de un nivel medio con un 35% y por último un nivel bajo con tan solo un 10%.

¿Porque el nivel de confianza?

Ilustración 14: Complemento de la pregunta 5



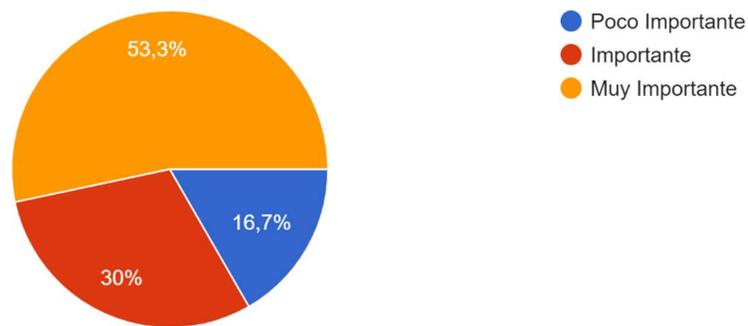
Elaboración: Propia

Como se puede observar en el gráfico, el nivel de confianza con respecto al uso de la tecnología depende de varios factores para las diferentes Pymes encuestadas, siendo el porcentaje más alto el 28% que corresponde a la Optimización de Recursos, haciendo énfasis principalmente en el tiempo, seguido de Resultados ágiles y confiables y Otros con un 20%, en donde, entre las principales razones se encuentran: no ha habido necesidad de implementarla, demasiada competencia digital, no todo gira en base a la tecnología.

Las principales razones por las que el nivel de confianza con respecto a la tecnología es bajo es por la falta de información tecnológica con un 12%, seguida de posibles fallos con un 7%. Mientras que algunas Pymes no tienen la necesidad de implementar tecnología de punta ya que son calificadas como artesanas con un 8% del total de Pymes encuestadas.

¿Qué importancia tiene para su empresa la implementación de recursos tecnológicos?

Ilustración 15: Respuestas de la pregunta 6

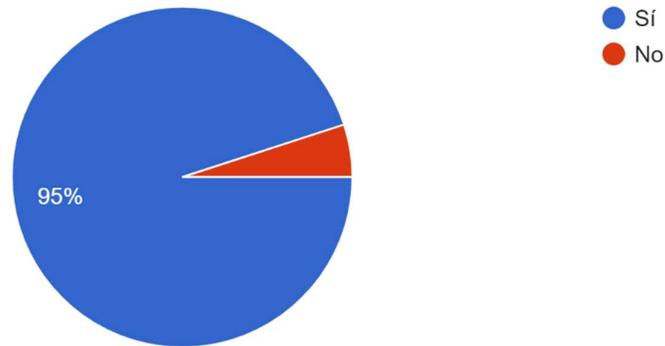


Elaboración: Propia

La implementación de recursos tecnológicos siempre será de gran ayuda para cualquier empresa con el fin de mejorar su competitividad laboral, es por eso que, para 32 Pymes es muy importante su implementación con un 53.3%, seguido de 18 Pymes para las que es importante con un 30%, y por último para 10 Pymes es poco importante con un 16.7% del total.

¿Cree que la implementación de recursos tecnológicos favorece para el cumplimiento de los objetivos empresariales?

Ilustración 16: Respuestas de la pregunta 7



Elaboración: Propia

En el gráfico se puede observar la gran aceptación con los que cuentan los recursos tecnológicos para cumplir con todos los objetivos empresariales, con un total de 57 Pymes, es decir un 95%, frente a 3 Pymes, es decir, solamente un 5% que no están de acuerdo con su implementación.

Si su respuesta fue NO, por favor explique el por qué.

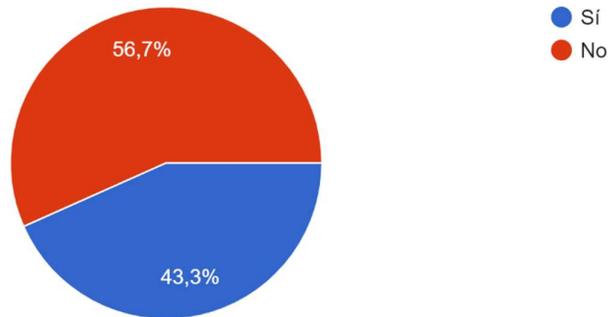
A continuación, se detallan las razones principales por las que las 3 respuestas fueron NO:

- Se desconoce qué tan rentable sea.
- Se desconoce qué tan beneficioso sea.
- Se desconoce el uso de cualquier herramienta tecnológica.

Por lo que, es un tema de falta de información y falta de conocimiento por parte de algunas Pymes, con lo cual se debería brindar capacitaciones constantes con el fin de lograr que esas empresas sean mucho más competitivas.

¿Conoce sobre los Sistema de Gestión Empresarial o Sistemas ERP? Si su respuesta es SI, continúe a la pregunta 11.

Ilustración 17: Respuestas de la pregunta 8

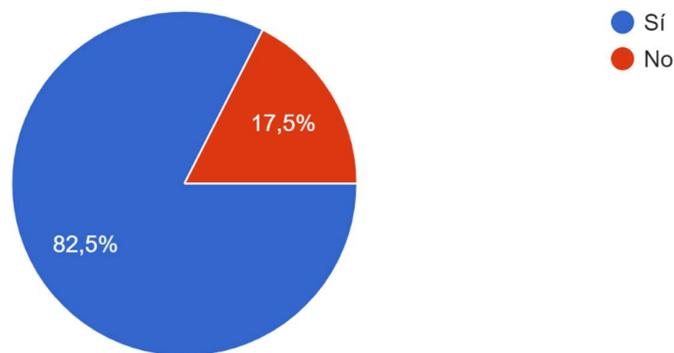


Elaboración: Propia

Como se puede observar en el gráfico la mayoría de Pymes desconocen de los Sistemas de Gestión Empresarial o Sistemas ERP, siendo un total de 34 de las 60 Pymes encuestadas, es decir un 56.7%, frente a 26 Pymes que, si conocen sobre estos Sistemas, es decir un 43.3%.

¿Le gustaría recibir más información sobre los Sistema de Gestión Empresarial o Sistemas ERP? Si su respuesta es NO, continúe a la pregunta 11.

Ilustración 18: Respuestas de la pregunta 9

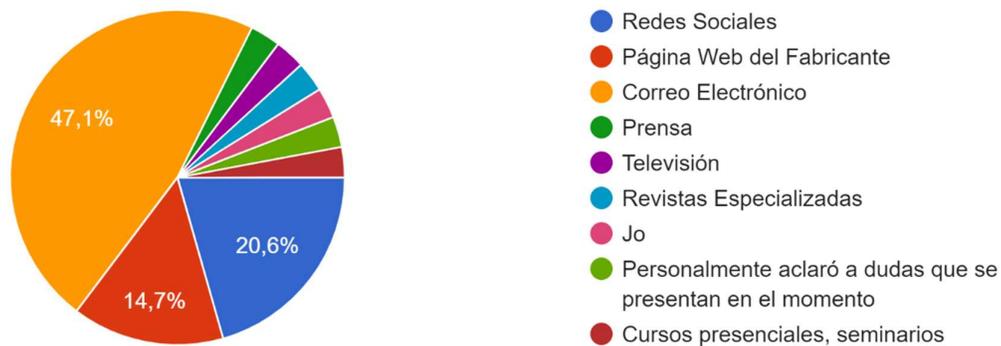


Elaboración: Propia

Por la falta de conocimiento sobre los Sistemas ERP, se ha logrado obtener respuestas altamente positivas, ya que, la mayor cantidad de Pymes SI desean obtener información acerca de los Sistemas de Gestión Empresarial, viéndose reflejado en un 82.5% frente a un 17.5% que no desean.

¿Qué canal es por el quisiera recibir información?

Ilustración 19: Respuestas de la pregunta 10



Elaboración: Propia

Hoy en día existe una gran variedad de canales por los cuales se puede brindar ayuda o información sobre productos o servicios en específico.

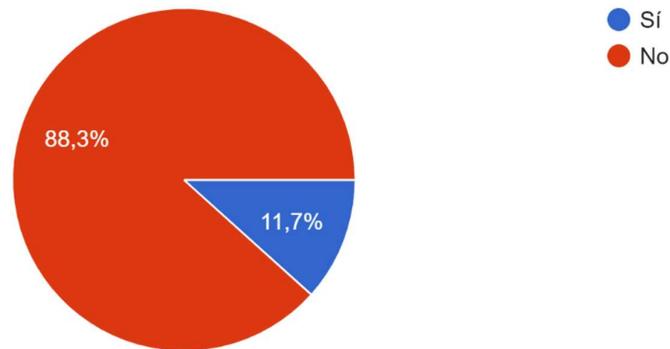
Las Pymes que desconocen sobre los Sistemas ERP les gustaría recibir información mediante 3 principales canales en el siguiente orden:

- Correos electrónicos con un 47.1%
- Redes Sociales con un 20.6%
- Página Web del fabricante con un 14.7%

A los demás canales no se les ha dado una mayor importancia o una mayor aceptación; algunas de las Pymes encuestadas prefieren recibir información ya sea, personalmente o por medio de cursos y seminarios presenciales, esto con el fin de poder resolver las dudas que se presenten de una manera inmediata y precisa.

¿Utiliza algún Sistema de Gestión Empresarial o Sistema ERP?

Ilustración 20: Respuestas de la pregunta 11



Elaboración: Propia

Un total de 53 Pymes, es decir, el 88.3%, no hacen uso de un Sistema ERP, mientras que tan solo 7 Pymes, es decir, el 11.7% si hacen uso de este Sistema.

Si su respuesta es SI. ¿Qué tipo de sistema utiliza? Si su respuesta es NO, continúe a la pregunta 14.

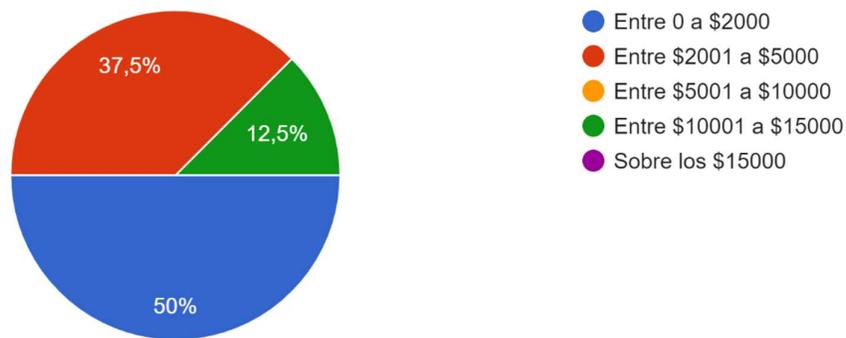
En base a las 7 Pymes que si utilizan algún tipo de Sistema ERP se ha podido conocer la siguiente información acerca de los mismos:

- Systemsoft, es un módulo electrónico que se puede manejar ya sea por módulos o por el sistema completo, lo utilizan porque lo implementaron desde el inicio del negocio o por recomendación. Este Sistema lo utilizan dos Pymes.
- Odoo, es un sistema de fácil manejo, el cual lo utilizan por recomendación.
- Wise, es un sistema que contiene todos los módulos necesarios para la empresa, lo utilizan por las facilidades que brinda y por el soporte técnico.
- Kerberos, es un sistema que se maneja en la nube por medio de módulos, lo utilizan por su fácil manejo y su servicio inmediato.
- Mobilvendedor, es un sistema versátil, que brinda seguridad, comodidad; confianza; etc. Su servicio postventa es de la más alta calidad.

- AS2 Software ERP, es un sistema que integra todos los procesos y los departamentos de la empresa, lo utilizan por su experiencia en este mercado laboral.

¿Cuánto en promedio a pagado por el software?

Ilustración 21: Respuestas de la pregunta 12

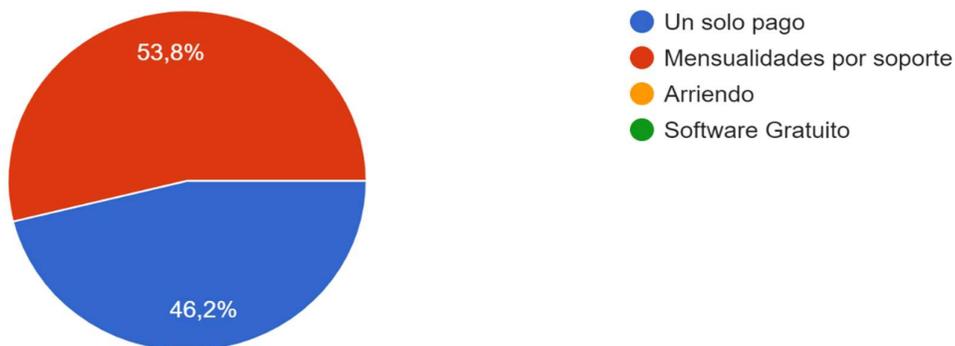


Elaboración: Propia

El precio depende del software que se utilice, siendo el rango promedio en su mayoría entre \$0 a \$2000 con un 50%, seguido de \$2001 a \$5000 con un 37.5%, y por último \$10001 a \$15000 con un 12.5%, es decir 4, 2 y 1 Pymes sucesivamente.

La modalidad de pago por el servicio del software es

Ilustración 22: Respuestas de la pregunta 13

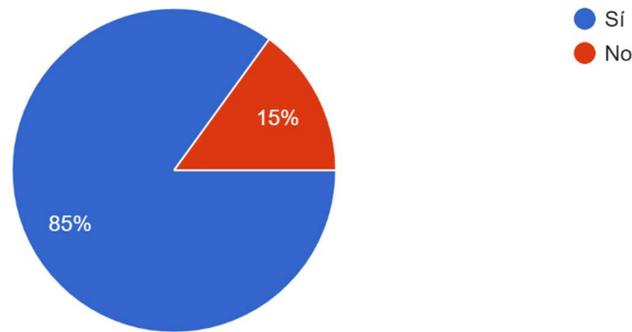


Elaboración: Propia

Básicamente la modalidad de pago de los softwares se da de dos maneras en un porcentaje muy similar, el 53.8% corresponde a mensualidades por soporte, mientras que el 46.2% corresponde a un solo pago.

¿Considera que el uso de un Sistema ERP es necesario dentro de su empresa?

Ilustración 23: Respuestas de la pregunta 14



Elaboración: Propia

En este caso se han obtenido respuestas altamente positivas ya que, el 85% de las Pymes encuestadas cree que un Sistema ERP es necesario dentro de la funcionalidad de su negocio, mientras que, tan solo el 15% cree que no.

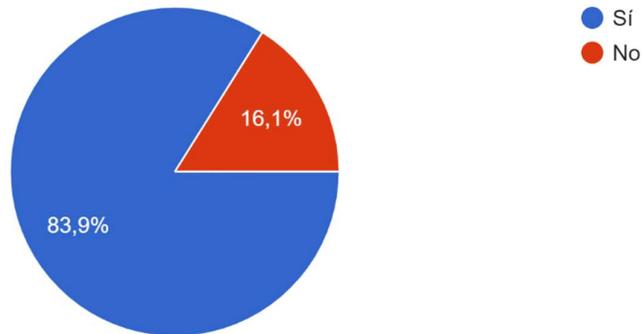
Si su respuesta es NO indique la razón, con lo cual finaliza la encuesta.

Algunas de las razones por las que las Pymes creen que no es necesario la implementación de un Sistema ERP se detallan a continuación:

- Únicamente se comercializa el producto.
- Desconfianza en la tecnología.
- Desconocimiento total o parcial acerca del sistema.
- Por la dificultad que puede representar el manejo de esta herramienta tecnológica.
- Son calificados como artesanos, es decir, no dependen de la tecnología.

¿Implementaría un Sistema ERP? Si su respuesta es SI continúe con la siguiente pregunta, caso contrario finaliza la encuesta.

Ilustración 24: Respuestas de la pregunta 15

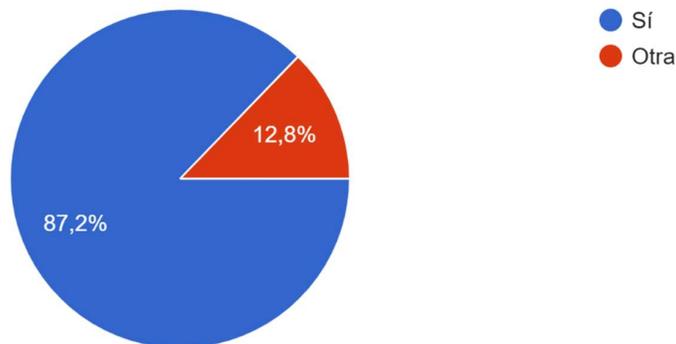


Elaboración: Propia

Como se puede observar en el gráfico, se ha logrado obtener una gran acogida ya que, la mayoría de Pymes del sector de muebles si están dispuestas a implementar el Sistema ERP con un 83.9%, frente a solamente un 16.9% que no.

Conociendo los beneficios que le brinda el Sistema UDA ERP. ¿Lo implementaría o escogiera otra empresa? Si su respuesta fue SI continúe con la siguiente pregunta, caso contrario termina la encuesta.

Ilustración 25: Respuestas de la pregunta 16



Elaboración: Propia

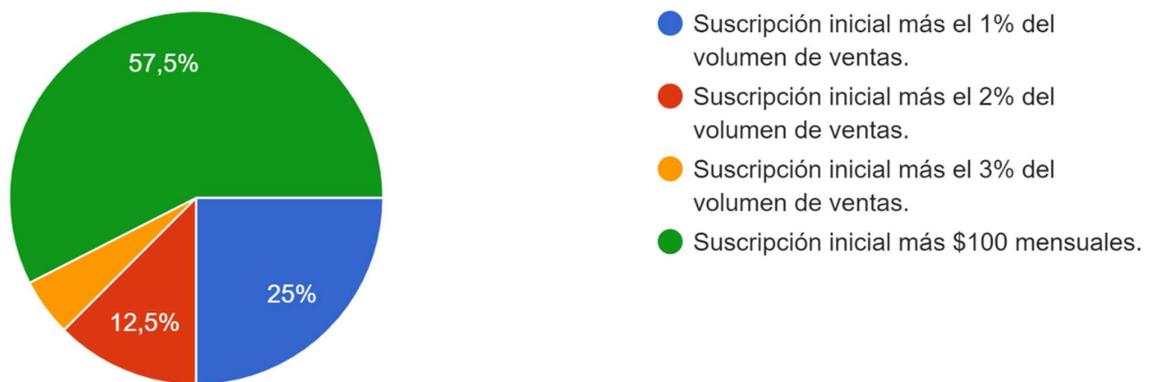
Las Pymes si están dispuestas a implementar el Sistema UDA ERP en relación a otras marcas que brindan el mismo producto y servicio, ha existido una gran aceptación con el 87.2%, frente al 12.8% que escogieron a otra empresa.

Las principales razones por las que escogieron a otra empresa que brinda el Sistema ERP son:

- Ya cuentan con un sistema ERP dentro de su organización.
- Simplemente se inclinan por otra opción basándose en la experiencia.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el Sistema UDA ERP?

Ilustración 26: Respuestas de la pregunta 17

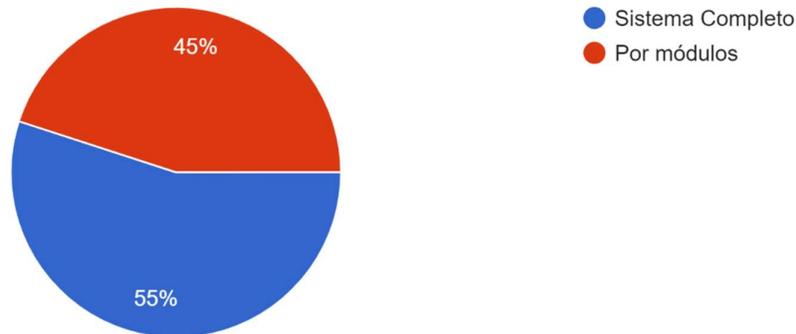


Elaboración: Propia

Lo que las Pymes estarían dispuestas a pagar básicamente se rige en dos opciones, siendo la primera una suscripción inicial más \$100 mensuales con el 57.5%, seguido de una suscripción inicial más el 1% del volumen de ventas con el 25%, siendo cualquiera de estas dos opciones la más indicada para determinar el precio del UDA ERP.

¿Cómo Implementaría el Sistema UDA ERP? Si su respuesta es “Por módulos” responda la siguiente pregunta, caso contrario continúe a la pregunta 20.

Ilustración 27: Respuestas de la pregunta 18



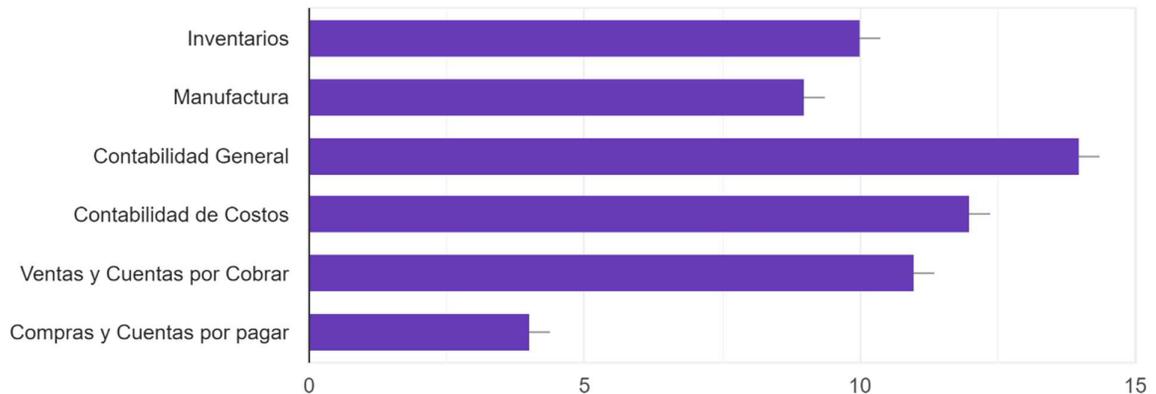
Elaboración: Propia

En el gráfico podemos observar que la implementación del Sistema UDA ERP sería por el sistema completo con un 55%, frente a un 45% que escogieron por módulos.

Eso va a depender directamente del número de áreas con las que cuente la empresa y en cuáles de ellas tiene una mayor cantidad de problemas.

¿Cuáles de los siguientes Módulos del Sistema UDA ERP implementaría dentro de su empresa? (Seleccione una o más respuestas)

Ilustración 28: Respuestas de la pregunta 19



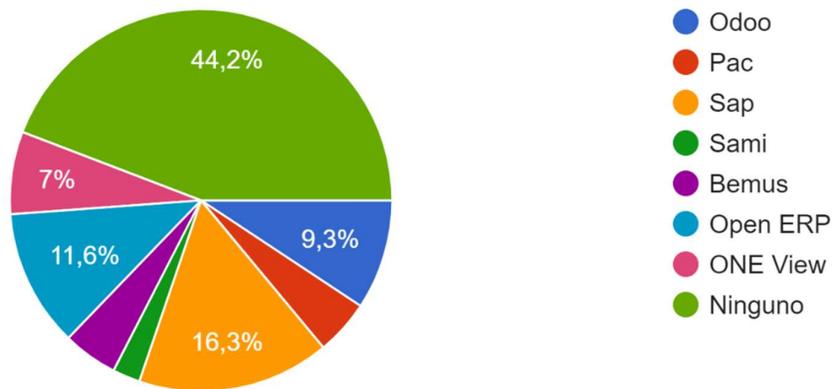
Elaboración: Propia

En el gráfico podemos observar que todos los módulos del Sistema UDA ERP son necesarios dentro de las Pymes de la ciudad de Cuenca, teniendo una mayor importancia los módulos de Contabilidad General, Contabilidad de Costos y Ventas y Cuentas por Cobrar, con el 70%, 60% y 55% respectivamente.

Los módulos de Inventarios, Manufactura y Compras y Cuentas por Pagar fueron los módulos que menos necesitarían las empresas dentro de la misma, con el 50%, 45% y 20% respectivamente.

¿Cuál es la marca de software ERP que más ha escuchado?

Ilustración 29: Respuestas de la pregunta 20



Elaboración: Propia

Dentro de la Industria de Mueblerías en la ciudad de Cuenca, las empresas que brindan un Sistema ERP no son tan reconocidas o utilizadas, ya que, en un 44.2% no se reconoce a ninguna marca de las expuestas.

En el caso de las empresas Sap, Open ERP, Odoo y ONE View serían las marcas que más se escuchan o reconocen las Pymes encuestadas con el 16.3%, 11.6%, 9.3% y 7% respectivamente.

3.5. Resultados finales

Una vez que ya se han recogido, tabulado e interpretado todos los datos de las encuestas realizadas a un total de 60 Pymes de la Industria de Muebles en la ciudad de Cuenca, se han obtenido los siguientes resultados:

- Del total de Pymes encuestadas, el mayor porcentaje pertenece a pequeñas empresas, con el 40% del total, es decir, con 24, estas empresas cuentan con un aproximado de entre 10 a 49 empleados, seguidas de las micro empresas, y por último las medianas empresas.
- El área de ventas, el área administrativa, el área de contabilidad y el área de producción son los departamentos más comunes dentro de las Pymes del sector de muebles. Encontrando problemas con una frecuencia en común de al menos una vez al mes o trimestralmente en el área de producción, ventas y contabilidad, áreas en las que se debería brindar un mayor apoyo con el fin de optimizar recursos y minimizar posibles errores.
- La confianza que tienen las Pymes en el uso de la tecnología es básicamente positiva, gracias a que permite la optimización de recursos, obtención de respuestas confiables y al gran avance de la misma.
- Es de gran importancia para las empresas la implementación de recursos tecnológicos con el fin de cumplir todos los objetivos empresariales propuesto durante un cierto periodo.
- La mayoría de Pymes encuestadas desconocen sobre los Sistemas de Gestión Empresarial o Sistemas ERP, pero de igual manera desean recibir información sobre el mismo, ya que esta herramienta les podría ayudar a ser mucho más competitivas en su sector industrial. Toda información acerca de este Sistema se la debería enviar directamente por correo electrónico o por redes sociales, los cuales son los medios más ocupados por las empresas para un contacto directo.
- Al ser un tema desconocido o de alto costo para la mayoría de Pymes de la industria de muebles, la implementación de un Sistema ERP es escaso, por lo que, se debe brindar toda la información necesaria acerca del mismo, para de esta manera lograr que este tipo de producto y servicio se comercialice de la mejor forma posible.

- Lo más importante es conocer que las Pymes de la industria de muebles de la ciudad de Cuenca están dispuestas a implementar un Sistema ERP, específicamente el Sistema UDA ERP, con una aceptación del 87.2% frente al 12.8% que ya cuentan con un sistema dentro de su organización o que simplemente se inclinan por otras marcas.
- Este producto y servicio al ser de un alto costo, especialmente para empresas pequeñas o nuevas en el sector industrial, no tiene ni la aceptación ni el reconocimiento deseado, ya que, la gran mayoría de Pymes encuestadas no escuchado sobre las principales marcas que ofrecen un sistema ERP dentro de la ciudad o país.
- El principal objetivo del Sistema UDA ERP son las Pymes de la ciudad de Cuenca, por lo que, ofrece su producto y servicio ya sea por módulos o el sistema completo a un menor precio que de las demás empresas que brindan las mismas opciones, siendo la suscripción inicial más \$100 mensuales la opción más escogida por las empresas encuestadas.

El Sistema UDA ERP es una gran herramienta para lanzar al mercado de Pymes dedicadas a la venta y fabricación de muebles en la ciudad de Cuenca.

En base a una correcta información y capacitación acerca del uso de este recurso tecnológico se puede obtener una gran demanda del Sistema, y principalmente ayudar a las empresas a ser mucho más competitivas en su sector industrial.

Brindando un producto y servicio diferenciado, con valor agregado y que genere una ventaja competitiva a corto y largo plazo, se puede lograr que el Sistema UDA ERP sea una marca reconocida y posicionada dentro de la ciudad Cuenca en base a la calidad, innovación y experiencia.

4. CAPÍTULO IV. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA COMERCIAL

La planeación estratégica comercial sirve para desarrollar programas de acción, con el fin de alcanzar los objetivos del área de marketing planteados para un periodo de tiempo determinado.

Para cumplir los objetivos propuestos, se debe organizar y detallar todos los medios disponibles con los que se cuenta para poder establecer las estrategias necesarias. A continuación, se muestra una tabla en donde se puede observar cada una de las estrategias con cada una de sus variables propuestas:

Tabla 10: Estructura del Marketing Mix

ESTRUCTURA DEL MARKETING MIX							
CATEGORTÍA	ESTRATEGIA	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO	FRECUENCIA	INDICADOR DE CONTROL	PERSONAL DE CONTROL	PRESUPUESTO
Posicionamiento	• Marca	Aprovechar el reconocimiento de marca de la Universidad del Azuay.	Posicionamiento de Marca.	Continuo			
	• Redes Sociales	Publicitar a través de sus plataformas digitales (Sitio Web, Instagram, Facebook, Twitter)	Reconocimiento de Marca.	3 veces por semana	Top of Mind	Gerente del Proyecto	\$150 mensual

	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación 	Dictar charlar, foros, casa abierta o cursos, utilizando la infraestructura de la Universidad.	Responsabilidad Social Empresarial.	Trimestral			\$250 Por Expositor
Diferenciación	<ul style="list-style-type: none"> • Marca 	Creación de Marca (Logotipo)	Reconocimiento de Marca.		Top of Mind		\$120
	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptación 	De acuerdo a las necesidades de la empresa, se puede ofrecer el sistema completo o por módulos.	Aumentar las Ventas.	Depende de la Venta Inicial	Índice de Rotación	Gerente del Proyecto	
	<ul style="list-style-type: none"> • Segmentación 	El producto y servicio está enfocado directamente de las Pymes.	Aumentar la Participación de mercado.	Inicial	Índice de Rotación		
	<ul style="list-style-type: none"> • Precios Bajos 	Lanzar el producto y servicio con un precio diferente en relación a la competencia.	Participación de Mercado	Depende de la Venta	ROI		Suscripción Inicial más \$100 mensual

Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Lanzamiento de Marca 	Brindar un tiempo de prueba del Sistema UDA ERP.	Aumentar Posicionamiento.	Venta de cada software o Módulo	Penetración de Mercado	Gerente del Proyecto	
	<ul style="list-style-type: none"> • Respuesta Directa 	Capacidad de respuesta inmediata en problemas varios con respecto al software	Aumentar la fidelización	Continuo			
	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio Postventa 	Realizar un seguimiento continuo para resolver cualquier inquietud o problema (Email Marketing, Llamadas de Control)	Diferenciación	Continuo			
Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Penetración 	Establecer un precio de lanzamiento, con el 25% de descuento en los dos primeros meses		Inicial	ROI	Gerente del Proyecto	
	<ul style="list-style-type: none"> • Financiamiento 	Facilidades de pago a conveniencia de las Pymes.	Aumentar la Rentabilidad.	Depende de la Venta			

Plaza	<ul style="list-style-type: none"> Distribución 	Venta Directa e Indirecta y, visitas a posibles clientes. (Multicanales)	Aumentar la Participación de Mercado	Continuo		Gerente del Proyecto	
Promoción	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación 	Estrategias ATL (radio, prensa) Estrategias BTL (Volantes y Vallas Publicitarias) Estrategias OTL (Internet).		Cuatrimestral	Aumentar Participación de Mercado y Ventas		
	<ul style="list-style-type: none"> Página web 	Promocionar el Sistema UDA ERP en la página oficial de la Universidad del Azuay.	Posicionamiento de Marca y Fidelización de Clientes	Continuo	Número de Visitas y Número de Consultas		
	<ul style="list-style-type: none"> Redes Sociales 			Semestral			

		Promocionar el Sistema UDA ERP en las redes sociales oficiales de la Universidad del Azuay.			Tasa de Crecimiento de Ventas	Gerente del Proyecto	
	• Ferias	Publicitar el producto y servicio a través de ferias y congresos empresariales.		Semestral	Posicionamiento de Marca		Montaje del Stand \$1200. Alquiler de espacio \$250
	• Email Marketing	Enviar correos con información o actualizaciones relevantes.		Mensual	Cobertura		

Elaboración: Propia

4.1. Posicionamiento

Posicionamiento es el lugar que ocupa la marca en la mente de los consumidores, este otorga a la empresa una imagen propia en la mente del consumidor que la permite diferenciarse de la competencia.

Al ser la Universidad del Azuay una institución reconocida dentro y fuera de la ciudad de Cuenca, se busca aprovechar esto, con el fin de posicionar el Sistema UDA ERP en la mente de los consumidores gracias al renombre de la Universidad.

Por otro lado, la mayoría de los gerentes y propietarios de las Pymes de la industria de muebles desconocen del uso, el funcionamiento, y de la ventaja competitiva que las empresas pueden obtener con la implementación de un Sistema ERP, por lo que, una gran estrategia de posicionamiento es realizar exposiciones sobre el producto y servicio que se va a ofrecer, ya sea en una casa abierta, foros, congresos, charlas; etc. Aprovechando la infraestructura de la Universidad del Azuay como un respaldo principal.

De igual manera se busca contar con expositores capacitados, para que den a conocer y transmitan toda la información necesaria sobre los Sistemas ERP y del Sistema UDA ERP en específico, logrando crear una comunicación directa con los asistentes, para que, en caso de presentarse dudas, consultas o preguntas, despejarlas inmediatamente.

Ilustración 30: Universidad del Azuay



Ubicación: Universidad del Azuay

4.2. Diferenciación

La diferenciación es un término general del marketing, el cual hace referencia a una característica de un producto o servicio que lo distingue de los competidores. Se busca crear una estrategia de diferenciación en base a las siguientes características:

- **Creación de Marca (Logotipo)**

El logo es el elemento visual más importante puesto que, a través de este se logra identificar y mostrar la esencia de marca. El logotipo está conformado por el nombre principal: Sistema ERP y el nombre secundario: UDA Enterprise Resource Planning

También, se puede observar dos símbolos representativos, los cuales son: una línea de pendiente y una calculadora, cuyo mensaje es que, al utilizar el Sistema UDA ERP se logra mejorar y automatizar los procesos de la empresa y por consecuencia se obtiene un mejor rendimiento y una mayor rentabilidad.

- **Colores**

No se puede dejar a un lado la importancia de los colores propuestos, ya que cada uno tiene un significado e identidad.

En este caso se escogieron los colores:

- ✓ Azul
- ✓ Celeste
- ✓ Tono Sombreado

El color azul representa lo fresco y lo transparente. Las empresas que utilizan el azul oscuro en su logotipo quieren transmitir la madurez, la sabiduría, y el conocimiento.

Representa la lealtad, la confianza, la sabiduría, la inteligencia y la verdad. Es adecuado para promocionar productos de alta tecnología o de alta precisión.

El color celeste es un complemento del color azul, este representa el avance tecnológico y la innovación. Se ha escogido estos colores como los principales, ya que, el Logo de la Universidad del Azuay cuenta con los mismos y se le asocia directamente con el Sistema.

El tono sombreado representa un mejor diseño y elegancia, logrando que la marca se haga notar mucho más esbelta.

- **Tipografía**

En cuanto a la tipografía, se ha elegido las siguientes:

- ✓ **UDAERP:** Futura Bold Italic
- ✓ **Enterprise Resource Planning:** Futura Medium Italic

Es una tipografía moderna que representa innovación y claridad, siendo de fácil comprensión para los posibles clientes.

- **Slogan**

No se ha planteado un slogan para el Sistema UDA ERP, pero se puede adaptar en un futuro, con el objetivo de publicitar esta marca en los diferentes medios de comunicación y entidades.

- **Propuesta de Logotipo**

Ilustración 31: Propuesta de Logotipo del Sistema UDA ERP



Elaboración: Propia

El Sistema UDA ERP se diferencia netamente por estar dirigido a las Pymes, con un precio bajo y en base a dos formas de adquisición: sistema completo o por módulos, esto según las dificultades o necesidades de las empresas.

4.3. Marketing Mix

El marketing mix es un análisis de estrategia de los aspectos internos de las empresas, desarrollada comúnmente por las mismas. Se tienen en cuenta cuatro variables principales del negocio: producto, precio, plaza y promoción.

El objetivo de aplicar esta herramienta es conocer la situación de la empresa y poder desarrollar una estrategia específica de posicionamiento. La manera principal para empezar es realizando una investigación de mercado. (Sumup, SF)

El marketing mix incluye otras P's tales como: Packaging, Positioning, People y Politics como elementos secundarios, sin embargo, a continuación, se detallan las principales 4 P's del marketing mix:

Ilustración 32: Las 4P del Marketing



Fuente: (MediaSource, 2019)

Elaboración: Bernardo Salazar

4.3.1 Producto

Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color...) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio...) que el comprador acepta, como algo que va a satisfacer sus necesidades. (Rafael Muñiz González, SF)

La Universidad del Azuay cuenta con un sistema de gestión empresarial, su nombre comercial es Sistema UDA ERP, el mismo está diseñado de acuerdo a las necesidades del mercado y de las industrias ecuatorianas.

Esta herramienta tecnológica está dirigida netamente para Pymes del sector productivo y generadoras de bienes y servicios de la ciudad de Cuenca, brindando los recursos necesarios para la optimización de sus operaciones, incrementar la productividad y el crecimiento del negocio.

Beneficios

La implementación del Sistema UDA ERP brindará algunos beneficios para que las empresas logren una mejor rentabilidad y competitividad laboral. Entre los beneficios que brinda se encuentran los siguientes:

- Es adaptable a diferentes tipos de industria y giros de negocio.
- Es intuitivo y de fácil uso para el usuario.
- Multiempresa y multiusuario.
- Disponible y accesible desde cualquier ubicación geográfica, ya que solo se requiere conexión a internet y un navegador web.
- Seguridad y confortabilidad.
- Aprovecha los recursos de la nube.
- Reduce los costos de infraestructura, servidores y equipos especializados.

El Sistema UDA ERP cuenta con un diseño modular y escalable, permitiéndole trabajar de un modo independiente o integrado gracias a sus múltiples componentes, logrando

proporcionar la ayuda necesaria para que las Pymes funcionen de una mejor manera tanto interna como externamente.

Módulos

El Sistema UDA ERP cuenta con un Sistema Completo o con 6 módulos individuales, los cuales se detalla a continuación:

- Inventarios
- Manufactura
- Contabilidad General
- Contabilidad de Costos
- Ventas y Cuentas por Cobrar
- Compras y Cuentas por pagar

De esta manera, las Pymes que implementen el software lo podrán adquirir por el sistema completo o por él o los módulos que crean necesarios, teniendo un tiempo de prueba gratuita para que se familiaricen con el mismo, con el fin de cumplir con todos los objetivos planteados dentro de la empresa.

También se implementará un servicio de respuesta directa y postventa, para poder resolver dudas, problemas o inquietudes que se presenten en los usuarios del sistema, y resolverlos de manera inmediata, generando un alto grado de confianza en los mismos.

4.3.2 Precio

El precio es una variable del marketing que viene a representar, en gran número de casos, la política comercial de la empresa. Por tanto, se puede definir el precio como la estimación cuantitativa que se efectúa sobre un producto o servicio. (Rafael Muñiz González, SF)

Mediante una estrategia de penetración, diferenciación y promoción lo que se busca que es brindar la mayor facilidad posible para que las Pymes integren a su sistema este software. Estas estrategias se basan puntualmente en:

- Precio de lanzamiento
- Precio accesible
- Facilidades de pago

Logrando de esta manera diferenciarse de la competencia, especialmente en relación al precio del producto y servicio. Siendo el precio tentativo: Una inscripción inicial más \$100 mensuales.

4.3.3 Plaza

Se refiere a los medios de distribución o correctos canales por los cuales el cliente puede tener acceso a los productos que se ofrecen, esto incluye: puntos de venta o de atención, almacenamiento, distribución, intermediarios, o todo aquello con lo que la empresa garantiza que el consumidor pueda acceder al producto. (Germán Velásquez Vargas, 2015)

Venta Directa e Indirecta

Preparar una efectiva fuerza de ventas directa, en base a un personal altamente capacitado y tiempos definidos, con el objetivo de realizar visitas especializadas a los gerentes de las Pymes a las cuales está enfocado el Sistema UDA ERP, con la finalidad de comunicar, persuadir y promocionar el software.

Buscar una alianza estratégica con empresas de software para que se busque la venta y promoción del Sistema UDA ERP dentro de esos locales, logrando copar el mercado en un mayor porcentaje.

4.3.4 Promoción

La promoción es una parte muy importante del marketing Mix que comprende algunas variables como: publicidad, venta personal, fuerza de ventas, relaciones públicas, marketing digital; etc. Específicamente acciones online y offline. (Rafael Muñiz González, SF)

De acuerdo con el enfoque y segmento al cual se quiere llegar, se busca utilizar las estrategias de comunicación óptimas para lograr una eficaz inversión de marketing, por ende, lograr el posicionamiento en el mercado y fidelización de futuros clientes.

A continuación, se plantean varias estrategias con el fin de promocionar el Sistema UDA ERP, el cual está enfocado a las Pymes de la industria de muebles en la ciudad de Cuenca.

Marketing Digital

Es una herramienta importante y quizás la más utilizada por millones de empresas, esta herramienta permite obtener un gran alcance de promoción promocionar.

El Sistema UDA ERP es un proyecto de la Universidad del Azuay, por lo que se pueden aprovechar los medios digitales utilizados por la misma, tales como: página web, plataformas de Facebook, Instagram y Twitter, en base a que la universidad es una prestigiosa institución, reconocida tanto a nivel local como a nivel nacional.

Estas plataformas cuentan con una extensa vigencia en el mercado y con un cierto número de seguidores, por lo que, representa una gran ventaja competitiva y un canal de comunicación óptimo para publicitar y promocionar el Sistema UDA ERP, ya que, se cuenta con el aval y el total apoyo por parte de la universidad.

Ferias Empresariales

Una manera importante de comunicar algún tipo de proyecto, producto o servicio que se quiera lanzar al mercado o mejorar su posicionamiento, son las ferias empresariales, en donde, participan varias empresas con un mismo modelo de negocio, con el objetivo de dar a conocer las ventajas que ofrecen cada una de ellas y conseguir el mayor provecho posible de este tipo de eventos.

Email Marketing

Otro método de comunicación online es realizar una campaña de Email Marketing a través de una base de datos, con el fin de enviar correos electrónicos mensualmente a los clientes potenciales con toda la información necesaria para comunicar las actualizaciones, características, beneficios y las ventajas del software.

Ilustración 33: Medios de Promoción del Sistema UDA ERP



Fuente: (Freepik, sf)

4.4. Diseño de Estrategias de Comercialización

La ventaja competitiva es una característica que diferencia una empresa de otra y, de esta manera colocarse en una mejor posición con respecto del resto, a fin de obtener un mayor rendimiento empresarial. La ventaja competitiva es única en su sector industrial, apreciada por el consumidor o los clientes potenciales y capaz de mantenerse a través del tiempo. (Michael Porter, 1985)

Basado en las evidencias encontradas y en las 3 estrategias competitivas genéricas de Michael Porter, las principales estrategias que se van a aplicar para la comercialización del Sistema UDA ERP son:

- Estrategia de Liderazgo en Costes
- Estrategia de Diferenciación
- Estrategia de Enfoque

Ya que, al ser un proyecto impulsado por la Universidad del Azuay con el fin de apoyar al desarrollo y crecimiento de las Pymes de la ciudad de Cuenca, lo que se busca es lograr mediante estas estrategias es que las mismas puedan ser competitivas y no se dejen absorber por las grandes empresas, que de igual manera se desempeñan en un sector industrial en específico.

A continuación, se detalla cada una de las estrategias propuestas:

Estrategias de Liderazgo en Costes

- Ofrecer el producto y servicio a un precio inferior al de la competencia.
- Producto y servicio de calidad.
- Dirigido a consumidores orientados al precio.
- Precio de Lanzamiento.

Estrategias de Diferenciación

- Ofrecer el producto por Sistema Completo o por Módulos, dependiendo de la necesidad de la empresa.
- Brindar facilidades en la forma de pago, ya sea mensualmente o un solo pago anual.
- Brindar un tiempo de prueba del Sistema UDA ERP, sin costo alguno.
- Servicio de Capacitación y Post-Venta.
- Capacidad de poder adaptar al software otro tipo o tipos de módulos según las necesidades o problemas que presenten las Pymes.

Estrategias de Enfoque

- Dirigido únicamente a Pymes.
- Brindar un producto y servicio diseñado para problemas y necesidades de las Pymes.
- Enfocarse más en micro y pequeñas empresas.

Para de esta manera brindar un producto y servicio de calidad específicamente a Pymes, a un precio accesible y con facilidades de pago, logrando posicionarse en un mercado en donde, existe una competencia relativamente baja.

CONCLUSIONES

Se puede concluir en base a la investigación realizada que la implementación del Sistema UDA ERP es viable, para lo que, se ha tenido que reconocer, estudiar y analizar varios términos y escenarios según los capítulos propuestos, los cuales se detallan a continuación:

Se ha logrado obtener un mayor tipo de información acerca de lo que es y que significan los Sistemas ERP, como también de las ventajas que puede representar su implementación dentro de las empresas. Analizando minuciosamente cada término y variable que conforman este tipo de sistemas.

Luego, se pudo obtener un análisis completo de las Pymes, tanto del Ecuador como de la ciudad de Cuenca, y del entorno Micro y Macro de las mismas, para de esta manera contar con información necesaria y conocer de una mejor manera el ambiente laboral que se vive dentro del país, logrando reconocer que, Cuenca es una de las ciudades más importantes en la Industria de Muebles, aportando a la mejora, tanto en la economía de la provincia como en la economía del país.

Una exhaustiva investigación de mercados permitió conocer que tan viable y reconocido es este tipo de software en las Pymes de la ciudad, obteniendo datos realmente interesantes para un completo análisis. En donde, se pudo conocer que las Pymes de la industria de muebles no cuentan con este software ya que desconocen en un gran porcentaje acerca de los Sistema ERP, o en el caso de conocerlos no cuentan con el capital necesario para su implementación, por el alto costo que representa el mismo.

Por lo que, con una correcta información y capacitación acerca de los Sistemas ERP y especialmente del Sistema UDA ERP, se logrará que las Pymes cuencanas lo implementen y por ende mejoren su rendimiento y su rentabilidad, logrando crecer en un mercado altamente competitivo.

Por último, se logró el objetivo de la investigación, el cual fue de conocer si las Pymes están o no dispuestas a implementar el Sistema, obteniendo resultados positivos. Por lo que, se desarrollaron varias estrategias comerciales que se basan en el Marketing Mix y la diferenciación del Sistema UDA ERP, buscando que la marca se posicione de la mejor manera en la mente de los consumidores cuencanos.

RECOMENDACIONES

- Socializar la propuesta “Estrategias Comerciales para el Sistema UDA ERP en la ciudad de Cuenca” con los actores involucrados del proyecto.
- Monitorear y controlar ya sea de manera Mensual o Trimestral el proyecto, su avance y el nivel de acogida dentro de las Pymes de la ciudad de Cuenca.
- Asignar un presupuesto necesario para cada una de las áreas del proyecto, con el fin de obtener mejores resultados en base a una correcta
- Investigar acerca de los Sistemas ERP y de sus posibles mejoras, logrando brindar un producto y servicio a la vanguardia de la tecnología de punta.
- Innovar el Sistema cada cierto periodo de tiempo, ya sea con la implementación de nuevos módulos o con una actualización de los mismos dependiendo de la situación o de las necesidades del mercado.
- Implementar redes sociales y una página web oficial del Sistema con información detallada y actualizada, logrando de esta manera una comunicación directa con los clientes o potenciales clientes.
- Brindar servicios de post – venta y capacitaciones constantes para solucionar posibles inconvenientes y lograr un mejor manejo del Sistema por parte de los usuarios.
- Brindar confianza y seguridad, ya que al ser un software que se maneja en la nube, se debe recalcar que siempre existirá confidencialidad de cualquier tipo de información acerca de la empresa.
- Comprometerse con las Pymes a ofrecer un producto y servicio de calidad involucrándose de manera directa con las mismas y su funcionamiento.
- Ejecutar e Implementar la presente propuesta para el Sistema UDA ERP en las Pymes de la ciudad de Cuenca.

BIBLIOGRAFÍA

- Arturo K. (13 de Octubre de 2018). *CreceNegocios*. Obtenido de CreceNegocios: <https://www.crecenegocios.com/la-diferenciacion/>
- CAPIA. (2017). *Cámara de la Pequeña Industria del Azuay*. Obtenido de <https://www.capia.com.ec/>
- CELAG. (2019). *Celag.org*. Obtenido de <https://gk.city/2019/01/28/escenario-politico-ecuador-2019/>
- CEREM. (2017). *International Business School*. Obtenido de <https://www.cerem.ec/blog/estudia-tu-entorno-con-un-pest-el>
- Davenport. (1998). *Sistemas ERP (Enterprise Resources Planning)*. Obtenido de https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/50815/Art_Docente_SI_ERP_Def_Cast.pdf?sequence=1
- Eduardo Martínez Fustero. (3 de Septiembre de 2013). *IEBS*. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/ventajas-erp-digital-business/>
- EKOS. (20 de Noviembre de 2018). Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/azuay-una-provincia-con-buenos-niveles-de-actividad-economica>
- El Telégrafo. (04 de Mayo de 2014). *eltelegrafo*. Obtenido de <https://www.elitelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/el-60-de-los-muebles-se-fabrica-en-cuenca>
- El Tiempo. (20 de Agosto de 2017). *El Tiempo*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com.ec/noticias/empresarial/1/la-tecnologia-una-inversion-que-podria-fortalecer-a-las-pymes>
- El Universo. (16 de Octubre de 2016). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2016/10/16/nota/5855698/muebles-alternativos-evitar-uso-madera>
- El Universo. (25 de Enero de 2018). *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/01/26/nota/6584620/cada-cinco-anos-se-cambia-muebles>
- Esteves & Pastor. (1999). *Sistemas ERP (Enterprise Resources Planning)*. Obtenido de https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/50815/Art_Docente_SI_ERP_Def_Cast.pdf?sequence=1
- Freepik. (sf). *Freepik*. Obtenido de <https://www.freepik.es/fotos-vectores-gratis/redes-sociales>
- Gabriel Sotoca Sánchez. (28 de Junio de 2013). *Stratic Consultoría Estratégica*. Obtenido de <http://stratic.es/erp-i-historia-y-evolucion/>
- Germán Velásquez Vargas. (19 de Septiembre de 2015). *Marketing Puro*. Obtenido de Marketing Puro: <https://puromarketing-germanvelasquez.blogspot.com/2015/09/estrategias-de-distribucion-plaza-en-la.html>

- Holland & Light. (1999). *Sistemas ERP (Enterprise Resources Planning)*. Obtenido de https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/50815/Art_Docente_SI_ERP_Def_Cast.pdf?sequence=1
- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadística y Censo*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- INEC. (Junio de 2012). *INEC*. Obtenido de <https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/metodologias/CIIU%204.0.pdf>
- INEC. (2014). *Directorio de Empresas y Establecimientos*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Empresas_2014/Principales_Resultados_DIEE_2014.pdf
- INEC. (2016). *INEC*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Fundamentos de Marketing*. En P. Kotler, & G. Armstrong. Ciudad de México: Pearson.
- Laudon. (2001). *Sistemas ERP (Enterprise Resources Planning)*. Obtenido de https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/50815/Art_Docente_SI_ERP_Def_Cast.pdf?sequence=1
- MAE. (2017). *Ministerio del Ambiente*. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/valores-mision-vision/#>
- Maricela Macías. (25 de Enero de 2018). *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/01/26/nota/6584620/cada-cinco-anos-se-cambia-muebles>
- Mario López Guerrero. (2013). *Pensamiento Estratégico*. Obtenido de <https://www.mariolopezguerrero.com/pensamiento-estrat%C3%A9gico/an%C3%A1lisis-pest-del-entorno/>
- MARKETING o mercadotecnia. (sf). *MARKETING o mercadotecnia*. Obtenido de <https://marketingkingsite.wordpress.com/2016/12/09/microentorno-macroentorno/M>
- MediaSource. (30 de Julio de 2019). *MediaSource*. Obtenido de <https://www.mediasource.mx/blog/mercadotecnia>
- Michael Porter. (1985). *Cepymenews*. Obtenido de Cepymenews: <https://cepymenews.es/las-3-estrategias-competitivas-genericas-de-michael-porter>
- Ministerio del Trabajo. (sf). *Ministerio del Trabajo*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>
- nSolver. (2010). *nSolver*. Obtenido de <https://www.nsolver.com/noticias/que-es-un-sistema-erp.html>
- Órgano del Gobierno del Ecuador. (30 de Diciembre de 2016). *Registro Oficial*. Obtenido de <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/01/Ley-Organica-de-Cultura-APROBADA-Y-PUBLICADA.pdf>
- Rafael Muñiz González. (SF). *Marketing en el siglo XXI*. CEF 5 Edición.

Renata Marciniak. (2017). *WordPress*. Obtenido de <https://renatamarciniak.wordpress.com/tag/analisis-macro-y-micro-entorno/>

Software ERP México. (sf). *Módulos de un ERP*. Obtenido de <http://www.sistema-erp.net/erpmodulos.htm>

SoftwarePara. (2019). *Softwarepara.net*. Obtenido de <https://softwarepara.net/modulos-erp/>

SRI. (2008). *EcuadorLegal*. Obtenido de <http://www.ecuadorlegalonline.com/sri/pymes/>

Sumup. (SF). *debitoor*. Obtenido de [debitoor: https://debitoor.es/glosario/definicion-marketing-mix](https://debitoor.es/glosario/definicion-marketing-mix)

TIC. (2017). *INEC*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic-2017/>

Universidad del Azuay. (2019). *Sistema UDA ERP*. Cuenca.

ANEXOS

Anexo 1. Industrias Manufactureras

SECTOR C - INDUSTRIAS MANUFACTURERAS.							
CIU NIVEL 6: C3100.01 - FABRICACIÓN DE MUEBLES DE MADERA Y SUS PARTES: PARA EL HOGAR, OFICINAS, TALLERES, HOTELES, RESTAURANTES, IGLESIAS, ESCUELAS, MUEBLES ESPECIALES PARA LOCALES COMERCIALES, MUEBLES PARA MÁQUINAS DE COSER, TELEVISIONES, ETCÉTERA.							
#	EXPEDIENTE	RUC	NOMBRE COMPAÑÍA	PROVINCIA	CANTÓN	CIUDAD	DIRECCIÓN
1	6877	´0190168603001	ABAD WOOD CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	MANUEL OCHOA S/N (YANUNCAY)
2	95392	´0190349659001	ABRIL INSUASTI STANDS CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	ANTONIO ULLOA S/N (BAÑOS)
3	32702	´0316718001	AKTUELL MOBEL S.A.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	OCTAVIO CHACÓN 4-49
4	716788		ALCOR-HOME CIA.LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	
5	61879	´0190367460001	ALDANA SILLAS Y SILLAS CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	CAMINO A OCHOA LEÓN S/N
6	6249	´0190132587001	ALPHAB MUEBLES S.A.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	AV TORIL Y AMÉRICAS
7	301565	´0190413020001	ARQUIMUEBLES CUENCA ASOCIADOS S&Z ARQUICUENCA CIA.LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	VÍA A PATAMARCA S/N
8	33170	´0190325903001	ARQUITECTURA, IMAGEN Y PRODUCCION ARQUIPROD CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	VIA CHECA S/N
9	144447		ARTE PRACTICO ARTEPRAC S.A.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	NICOLAS DE ROCHA S/N
10	95260	´0190348830001	ARTE Y DISEÑO COMCARDIS CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	AV UNIDAD NACIONAL 2-21
11	6638	´0190166775001	BEST INTERNATIONAL DEL ECUADOR BESTECUA CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	OCTAVIO CHACÓN 2-10

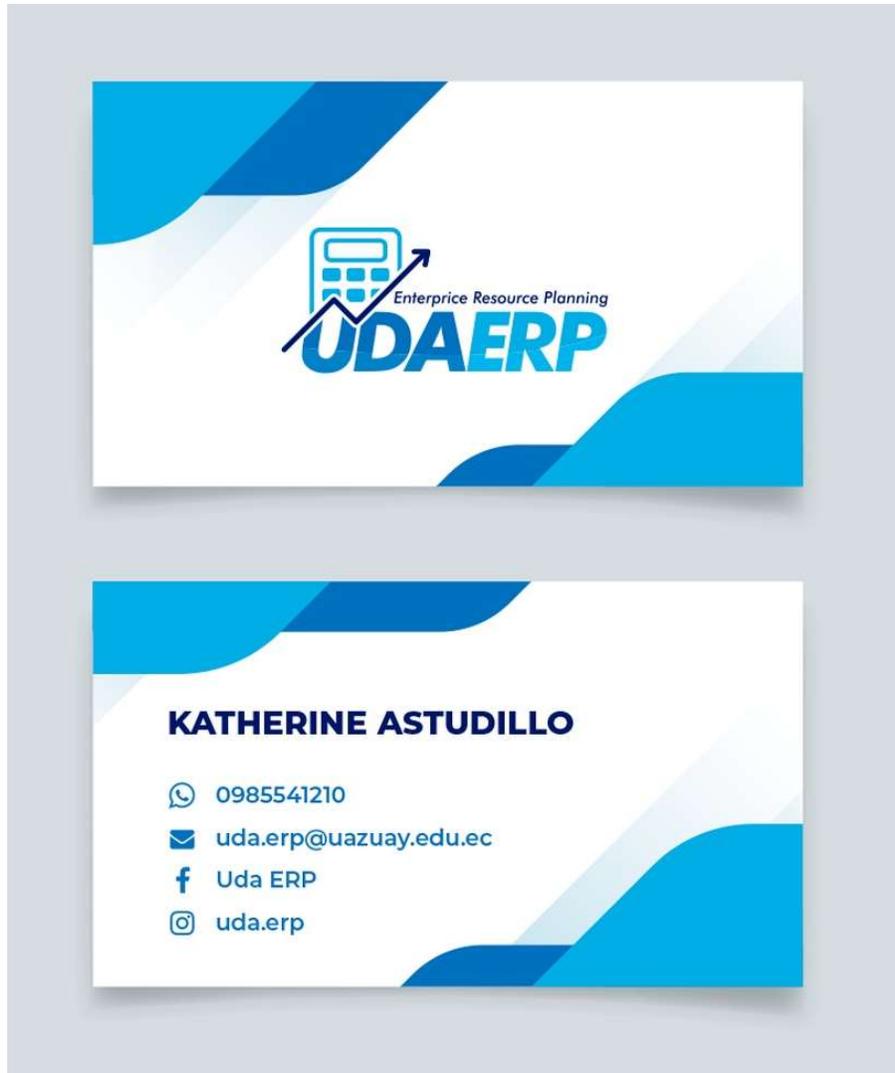
12	166938	´0190388506001	BOSSA FURNITURE CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	PANAMERICANA NORTE (CHALLUABAMBA)
13	95031	´0190342824001	BURGUES CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	AV DON BOSCO S/N
14	31343	´0190148165001	C. TAMARIZ Y PARRA ASOCIADOS CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	ANTONIO TAMARIZ 1-41
15	30445	´0190060047001	CAR DE CA C LTDA	AZUAY	CUENCA	CUENCA	OCTAVIO CHACÓN 4-87
16	3529	´0190363783001	CARVALLO CORDOVA CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	ORDOÑEZ LASSO S/N 45
17	31331	´0190147924001	CASAS Y COSAS CORRAL Y CORRAL CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	
18	708528	´0190426769001	CHRISECUAEXPORT EXCELLENT QUALITY CIA.LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	AV PRIMERO DE MAYO 3-33
19	30006	´0190007928001	CIMASA C LTDA	AZUAY	CUENCA	CUENCA	
20	95002	´0190346080001	COMERCIAL C&C CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	AV ORDOÑEZ LASSO KM 1/2
21	95220		COMPAÑIA DE INGENIEROS Y ARQUITECTOS ASOCIADOS CIACO CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	DE LA BOCINA S/N
22	6034	´0190050955001	CONSORCIO ALPHA SA	AZUAY	CUENCA	CUENCA	
23	169875		CUENCA FURNITURE CUFUR CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	PISARCAPAC 1-62
24	145602	´0190381609001	CUENCA MOBILIARIO CUENCAMOBLE CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	CAMINO A LLACAO S/N (PANAMERICANA NORTE)
25	33364	´0190330850001	DECORAMERICA ECUADOR CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	
26	710378	´0190432076001	DISMADERA CIA.LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	AV DEL TORIL S/N
27	33595	´0190335135001	DISTRIOG S.A.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	EDUARDO CRESPO MALO S/N
28	32329	´0190310604001	EBYULE EBANISTERIA YUNGA LEON CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	MIGUEL HEREDIA S/N
29	30688	´0190085503001	EL CARRUSEL C LTDA	AZUAY	CUENCA	CUENCA	PASEO RÍO MACHANGARA S/N
30	32187	´0190170845001	ENTREMADY CER INDUSTRIA CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	MARISCAL SUCRE 7-48

31	31431	'0190148793001	FABRICACION DE MUEBLES AGLOMUEBLES CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	PASEO RÍO MACHANGARA S/N
32	181142	'0190405079001	IMPOREXPOR EUROFERRO CIA.LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	VÍA A RACAR S/N
33	712549	'0190437841001	INDUSTRIA DE LA MADERA DECOMUEBLES ROASO CIA.LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	CAMINO A UZHUNGATA S/N
34	174485	'0190398528001	MADEHOGAR CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	24 DE MAYO S/N (RÍO YANUNCAY)
35	147441	'0190383415001	MADERCENTER CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	AV DE LAS AMÉRICAS L010
36	33667	'0190336123001	MADERO MUEBLES CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	
37	720839	'0190460347001	MAESTRO P&PM CIA.LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	OCTAVIO CHACÓN 1-55
38	32052	'0190169820001	MODOMOB CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	
39	703880		MODUL DESIGN MODULEDES CIA.LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	
40	33214	'0190326764001	MUEBLES BIENSTAR CORONEL CONTRERAS MUBINSCORCON CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	DEL CAMAL S/N (VÍA PATAMARCA)
41	32820	'0190318664001	MUEBLES CLASSIC COLLECTION KARPINTESA CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	VÍA A LLACAO S/N
42	202032	'0190353478001	MUEBLES HOGAR S. A. MUEBLESA	AZUAY	CUENCA	CUENCA	VICENTE CORRAL M. S/N
43	30844	'0190099032001	MUEBLES MODULOS Y MADERAS MADETRES M.3 C. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	CALLE VINTIMILLA S/N
44	712502	'0190437604001	MUEBLES-VITEFAMA CIA.LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	10 DE AGOSTO S/N
45	31275	'0190136515001	NOVA FORMA REALPACA CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	RICAURTE S/N
46	95022	'0190342875001	ROWOODMADERAS CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	CAMINO A PATAMARCA 1-96
47	33552	'0190334104001	SERVIMUEBLE CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	CALLE AMAZONAS 1-92
48	32685	'0190316548001	TORRES & CORDERO CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	OCTAVIO CHACÓN 4-87 (VÍA PATAMARCA)
49	31646	'0190153657001	TRATAMIENTO DINAMICO DE LA MADERA T.D.M. C.L.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	MARGARITA TORRES 1-60 (HÉROES DE VERDELOMA)

CIU NIVEL 6: C3100.02 - FABRICACIÓN DE MUEBLES DE METAL Y SUS PARTES: PARA EL HOGAR, OFICINA, TALLERES, HOTELES, RESTAURANTES, IGLESIAS, ESCUELAS, MUEBLES ESPECIALES PARA LOCALES COMERCIALES Y OTROS USOS.							
#	EXPEDIENTE	RUC	NOMBRE COMPAÑÍA	PROVINCIA	CANTÓN	CIUDAD	DIRECCIÓN
50	30754	´0190091287001	ARTIACERO C LTDA	AZUAY	CUENCA	CUENCA	EUGENIO ESPEJO 1-182
51	31712	´0190154831001	DICENTRO CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	
52	31880	´0190158004001	FORJADOS Y MUEBLES ANDINOS FORMANDINOS CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	CORNELIO VINTIMILLA 2-56
53	30350	´0190054063001	LA CARPINTERIA CCIM COMPANIA INTERNACIONAL DE MUEBLES CIA. LTDA.	AZUAY	CUENCA	CUENCA	CORNELIO VINTIMILLA 2-56 (EDIFICIO COLINEAL)
54	986	´0990134464001	METALICA ECUATORIANA S.A. (MESA)	AZUAY	CUENCA	CUENCA	
55	6112	´0190083284001	PAPAIZ SA	AZUAY	CUENCA	CUENCA	MARISCAL LAMAR 2-48
56	30630	´0190082466001	SOCIEDAD COMERCIAL INDUSTRIAL ECUAMUEBLE C LTDA	AZUAY	CUENCA	CUENCA	HUMBOLT 3-164
57	701399	190410552001	CUARMUEBLES S. A	AZUAY	CUENCA	CUENCA	ANTONIO BORRERO 13-45

Anexo 2. Propuesta de Estrategias ATL y BTL

Tarjetas de Presentación





Enterprise Resource Planning

UDAERP

Creemos juntos...

SISTEMA COMPLETO O MÓDULOS INDIVIDUALES

- INVENTARIO
- MANUFACTURA
- CONTABILIDAD GENERAL
- CONTABILIDAD DE COSTOS
- VENTAS Y CUENTAS POR COBRAR
- COMPRAS Y CUENTAS POR PAGAR

GRAN PRECIO
POR LANZAMIENTO

25%
2 primeros meses

aplica restricciones

+ información:  **0985412567** |  

Vallas Publicitarias



Doctora María Elena Ramírez Aguilar, Secretaria de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Azuay

CERTIFICA:

Que, el Consejo de Facultad de Ciencias de la Administración, en sesión del 31 de julio de 2019, conoció y aprobó la solicitud para la realización del trabajo de titulación y el respectivo protocolo presentado por:

Estudiantes: Santiago Israel Ortega Orellana con código 74194 y Miguel Francisco Zhunio Romero con código 67773

Tema: **Estrategias Comerciales para el sistema UDA ERP en la ciudad de Cuenca para los próximos tres años**

Previo a la obtención del título de **Ingeniero en Marketing**

Director: Ing. Xavier Ortega Vásquez

Tribunal: Ing. Esteban Crespo Martínez e Ing. Marcos Ríos Ponce

Plazo de presentación del trabajo de titulación: El Consejo de Facultad resolvió establecer el plazo de seis meses para la presentación del trabajo de titulación concluido y calificado por el Director; este plazo se contará desde la fecha de aprobación del protocolo, esto es hasta el 31 de enero de 2020.

Cuenca, 1 de agosto de 2019



Dra. María Elena Ramírez Aguilar
Secretaria Abogada





UNIVERSIDAD
DEL AZUAY



Escuela
de
Marketing

Protocolo de Trabajo de Titulación

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Ingeniería en Marketing

**Estrategias Comerciales para el Sistema UDA ERP en la
ciudad de Cuenca para los próximos tres años**

Nombre de Estudiante(s):

Ortega Orellana Santiago Israel

Zhunio Romero Miguel Francisco

Director(a) sugerido(a):

Ing. Ortega Vásquez Xavier Esteban

Ing. Astudillo Rodríguez Catalina Verónica

Cuenca - Ecuador

2019

Escuela Autorizada
15.000 ejemplares
935.531 - 920.500

Nº

0909359



1. Datos Generales

1.1. Nombre del Estudiante

Ortega Orellana Santiago Israel – Zhunio Romero Miguel Francisco

1.1.1. Código

ua074194 – ua067773

1.1.2. Contacto

Ortega Orellana Santiago Israel

Teléfono: 4090023

Celular: 0984446305

Correo Electrónico: santio_369@hotmail.com

Zhunio Romero Miguel Francisco

Teléfono: 2932290

Celular: 0986496325

Correo Electrónico: pepomiguel92@gmail.com

1.2. Director Sugerido: Ingeniero Comercial. Ortega Vásquez Xavier Esteban

1.2.1. Contacto:

Celular: 0968330363

Correo Electrónico: xortega@uazuay.edu.ec

1.3. Co-director sugerido: Ingeniera en Sistemas. Astudillo Rodríguez Catalina Verónica

1.3.1. Contacto:

Celular: 0987109923

Correo Electrónico: cvastudillo@uazuay.edu.ec

1.4. Asesor Metodológico: Doctora. Verdugo Cárdenas Jaqueline

1.5. Tribunal designado:

1.6. Aprobación:

1.7. Línea de Investigación de la Carrera:

4.41.414.5. Dirección Comercial

1.7.1. Código UNESCO: 5311.05 Marketing

1.7.2. Tipo de trabajo:

- a) Proyecto de investigación
- b) Investigación formativa

1.8. Área de Estudio:

- Estadística
- Investigación de Mercados
- Marketing Estratégico
- Gestión de Marca
- Publicidad
- Sistemas de Información de Marketing

1.9. Título Propuesto:

Estrategias Comerciales para el Sistema UDA ERP en la ciudad de Cuenca para los próximos tres años.

1.10. Subtítulo:

No aplica.

1.11. Estado del proyecto

Proyecto nuevo.

2. Contenido

2.1. Motivo de la Investigación:

Se ha encontrado necesario realizar un análisis de las Pymes, de sus problemas y de las consecuencias que conlleva no contar con tecnología de punta dentro de una



empresa, ya que es necesario contar con este tipo de herramientas actualizadas para poder llegar a ser mucho más eficientes y eficaces dentro del sector industrial en el que se encuentre. El objetivo de la presente investigación es ayudar a las empresas a ser mucho más competitivas incorporando un software dentro de su sistema de trabajo, el cual facilitaría automatizar los procesos administrativos y económicos de una empresa, para finalmente vincular cada área funcional de la misma y lograr un mejor desempeño empresarial.

2.2. Problemática

El constante avance de la tecnología juega un papel importante para el mejor funcionamiento dentro de las empresas, por lo que, es necesario conocer los problemas que atraviesan y su nivel de confianza en los sistemas tecnológicos, buscando de esta manera mejorar mediante la implementación de un sistema ERP que les permita automatizar sus departamentos, logrando ser más eficaces y eficientes dentro de su sector industrial. En este contexto, la modernización de las empresas requiere avanzar en paralelo con el desarrollo de la tecnología, mismo que en ocasiones se lo recibe como asesoría y se minimiza su importancia a nivel empresarial. En este sentido el presente trabajo de investigación: Estrategias Comerciales para el Sistema UDA ERP en la ciudad de Cuenca para los próximos tres años, propone algunas estrategias de comercialización que potencie el posicionamiento de este sistema en base a herramientas comerciales y marketeras de uso contemporáneo.

2.3. Pregunta de Investigación

¿Cuáles son las estrategias de marketing que se van a aplicar para comercializar el sistema UDA ERP en la ciudad de Cuenca para los próximos 3 años?

¿Cuál sería la aceptación de las Pymes de la ciudad de Cuenca para implementar el sistema UDA ERP?

2.4. Resumen

Se implementará un plan de marketing para la venta y comercialización del sistema UDA ERP dentro de la ciudad de Cuenca para los próximos 3 años. Este estudio se lo realizará en base a dos tipos de investigación. La primera será de tipo cualitativa en donde, se utilizarán diferentes métodos tales como: entrevistas a profundidad, entrevistas a expertos y grupos focales. La segunda investigación será de tipo cuantitativa en donde, se ocuparán métodos tales como: encuestas en base a preguntas formuladas, a una muestra y, al uso de programas estadísticos para el análisis y estudio del mismo. Esto con el fin de obtener datos concretos y verdaderos sobre los gustos y las necesidades en el sector industrial a trabajar para poder tomar decisiones, generar estrategias de ventas y lograr de esta manera todos los objetivos planteados dentro del estudio.

Modelo estructural de cómo vender y posicionar el ERP UDA como marca.

2.5. Estado del Arte y marco teórico

Estado del Arte

De acuerdo con estudios realizados, la implementación de los sistemas de información ERP no es una actividad fácil de implementar, requiere además de una inversión económica y un esfuerzo humano y empresarial, cambios relevantes en la forma de realizar las cosas, aprendizaje y manipulación de nuevas tecnologías y otros factores que exigen que se tomen las medidas necesarias para controlar el proceso de implementación a fin de poder asegurar su éxito. El conocimiento acerca del uso y las ventajas de los sistemas ERP por parte del personal reforzará su percepción acerca de lo útil que son los mismos para la organización. Alok y Mocherla (2016)

Las empresas son conscientes del tiempo que conlleva tomar una decisión e implementar un sistema de información ERP, ya que deben contar con una fuente específica de financiación y un personal altamente capacitado para liderarlo.

El impacto que generan los proyectos tecnológicos en las organizaciones es muy fuerte y más aún cuando se trata de un sistema que abarca todos los procesos administrativos y operativos de una organización de manera integrada, por lo que, la empresa debe estar lo suficientemente preparada porque de lo contrario puede ser contraproducente y puede



generar graves daños, tanto a nivel de procesos, a nivel de personas y de resultados financieros.

Los Sistemas de Información son utilizados por organizaciones para apoyar el desarrollo de sus actividades, su objetivo es entregar información válida para efectuar una toma de decisiones en la organización. Guzmán y Giménez (2014).

Otro aspecto importante es considerar el desempeño del personal administrativo, el cual será obtener de manera conjunta resultados más precisos con base en mejores procesos de comunicación e información, y no realizar de la tarea asignada de manera específica sin entender la totalidad de la empresa. El uso de sistemas de información ERP contribuyen con la calidad de la información de la organización haciéndolas empresas mucho más competitivas. Yen, Hu, Hsu (2015).

Se ha desarrollado el reporte de Sistemas de ERP y Software Empresarial 2016 para investigar las tendencias y preferencias de diferentes sectores, tamaños de organizaciones y ubicaciones geográficas, en cuanto a la selección e implementación de software se refiere. Este informe sintetiza la investigación independiente de Panorama en las experiencias de los clientes de software con respecto a los sistemas empresariales, fabricantes, consultores y las implementaciones en general.

Las razones para implementar un sistema ERP son: 49% reemplazar un sistema ERP desactualizado, 16% reemplazar los sistemas de desarrollo propios, 15% reemplazar sistemas de contabilidad, y el 20% reemplazar sistemas que no son de ERP o no tienen un sistema, buscando de esta manera mejorar el desempeño del negocio y mejorar el servicio al cliente. Panorama Consulting Solutions (2016).

El impacto que generan los sistemas de información no sólo se puede observar en el grado de centralización y distribución, sino que, además genera un verdadero cambio social que se deja notar en las actitudes sociales de los individuos, en los incentivos organizacionales, en las orientaciones de los profesionales de sistemas de información, y en los métodos. Klein y Hirschheim (2017).

Marco Teórico

Sistema ERP

Un sistema ERP es un paquete de software comercial que integra toda la información que fluye a través de la compañía: información financiera y contable, información de recursos humanos, información de la cadena de abastecimiento e información de clientes. Davenport (1998)

Un ERP automatiza las actividades corporativas nucleares, tales como: fabricación, recursos humanos, finanzas y gestión de la cadena de abastecimiento, incorporando las mejores prácticas para facilitar la toma de decisiones rápida, la reducción de costes y el mayor control directivo. Holland & Light (1999)

Un sistema ERP está compuesto por varios módulos, tales como, recursos humanos, ventas, finanzas y producción, que posibilitan la integración de datos a través de procesos de negocios. Estos paquetes de software pueden ser configurados para responder a las necesidades específicas de cada organización. Esteves & Pastor (1999)

Los sistemas ERP son sistemas de información que integran los procesos claves del negocio de forma tal que la información pueda fluir libremente entre las diferentes partes de la organización, mejorando con ello la coordinación, la eficiencia y el proceso de toma de decisiones. Laudon (2001).

Características del Sistema ERP

Como aspectos claves que definen a un sistema ERP, contamos con los siguientes:

- **Integridad.** - Así como los distintos departamentos dentro de una empresa están relacionados entre sí, los procesos que componen un ERP se encuentran también interrelacionados de forma que la información fluye entre los distintos procesos, evitando la duplicidad de información en áreas estancas.



- **Modularidad.** - Un ERP debe ser capaz de poder utilizarse en función de las distintas áreas o módulos que se quieran controlar dentro de la empresa, atendiendo a sus propias necesidades o requerimientos.

- **Adaptabilidad.** - Es decir, la capacidad de adaptación del producto a la empresa. Normalmente los ERP están diseñados para que los principales procesos de gestión se puedan parametrizar o configurar según las directrices de negocio marcadas por la empresa.

Es tan importante como el propio sistema el proyecto de selección e implementación del mismo dentro de una organización. Gabriel Sotoca Sánchez (2013).

Ventajas de Implementar un Sistema ERP

1. Mejora en la toma de decisiones.
2. Se evitan duplicidades.
3. Escalabilidad y diseño modular de los sistemas ERP.
4. Adaptación a las necesidades específicas de cada empresa.
5. Mayor control.
6. La seguridad.
7. Integración con clientes y proveedores.
8. Mejora la eficiencia y la capacidad operativa.
9. Reducción del volumen de costes.
10. Mejora la rentabilidad en el largo plazo y los beneficios. Eduardo Martínez Fustero (2013).

Definición de PYMES

Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que, de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas.

Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que se destacan:

- Traer Imprimir capítulo 1
- Traer adelanto mismo entorno →
- empresa (cada)
- clientes (características, beneficios,)
- proveedores
- distribuidora

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.

- aumentar competidores en capítulo 2

Las PYMES en nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social del país tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado. SRI (2009).

PYMES en el Ecuador

En el Ecuador actualmente se encuentran alrededor de 179.830 Pymes en las cuales la provincia del Guayas abarca con un total del 32.67% que representa a un total de 58.574 empresas de este tipo, seguido de la provincia de Pichincha con un aporte del 27.95% equivalente a una cantidad de 50.269 pymes y por último la provincia de Manabí con un 4.69% que equivale a 8.438 empresas.

En la región en donde existen más PYMES es en la Costa con un número de 85.363 empresas de este tipo, seguido por la región Sierra, aunque con una diferencia mínima con 85.069 PYMES, el oriente cuenta con 8.839 PYMES y la región insular con apenas 559 PYMES. INEC (2016)

PYMES en la ciudad de Cuenca

En la ciudad de Cuenca existen alrededor de 1080 PYMES, las cuales están distribuidas de acuerdo con la actividad o sector industrial. En donde, las pequeña y medianas industrias dentro del Azuay tiene nueve sectores industriales y representan una cantidad significativa de ingresos para el país. INEC (2016).

- mejor sobre la cantidad de industrias % de q actividades.
- especificar cuales son al momento de la investigación (ind de muebles)



2.6. Hipótesis

No aplica.

2.7. Objetivo General

Realizar e implementar Estrategias Comerciales para el Sistema UDA ERP en la ciudad de Cuenca para los próximos tres años, en base a estrategias e investigaciones que faciliten el estudio del comportamiento de las Pymes de la Industria de Muebles para la correcta toma de decisiones.

2.8. Objetivos Específicos

1. Contextualizar el estudio sociocultural acerca los Sistemas ERP.
2. Analizar los problemas que enfrentan las PYMES y cada área funcional para su mejor funcionamiento.
3. Investigar el mercado objetivo con cada una de sus variables.
4. Describir las diferentes estrategias para la comercialización del Sistema UDA ERP.

2.9. Metodología

En el presente estudio se va a realizar una investigación de mercado y un análisis de las principales estrategias para la comercialización del sistema UDA ERP en la ciudad de Cuenca para los próximos 3 años, esto con el fin de posicionar como una marca reconocida dentro de la ciudad y de su sector industrial. El tipo de metodología que se va a emplear es una investigación mixta para poder llevar a cabo con una mejor visión el estudio, esto con la finalidad de poder obtener resultados mucho más precisos y poder satisfacer los gustos y necesidades de cada uno de los clientes.

El estudio constará de una investigación cualitativa y cuantitativa, donde la primera se divide en cualitativa exploratoria con fuentes secundarias para delimitar los principales horizontes del proyecto, mientras que, la cualitativa directa se le realizará por medio

de entrevistas a profundidad* y grupos focales, lo que permitirá direccionar la investigación cuantitativa. También, se buscará adquirir encuestas de forma variada y sobre todo encuestas a expertos de tal manera que se pueda conocer de una mejor manera el mercado y cubrir todos los segmentos posibles.

De acuerdo a las preguntas de investigación que se han formulado, nos enfocaremos en un segmento determinado de la ciudad de Cuenca estratificando la muestra, enfocándose especialmente en las PYMES dentro de la ciudad. Tomaremos en cuenta el número de PYMES que existen dentro de la ciudad y las necesidades de cada una de ellas, utilizando tanto fuentes primarias, como fuentes secundarias.

Se tomarán en cuenta diferentes variables tales como: el número de Pymes dentro de la ciudad de Cuenca para poder delimitar nuestro segmento objetivo; el cual sería alrededor de 1080 PYMES, el número de departamentos dependiendo del tamaño de la empresa, el nivel de confianza de los sistemas tecnológicos y software, y el precio que están dispuestas a pagar por cada uno de los módulos o por el sistema completo.

Se analizará en su totalidad las pequeñas y medianas empresas que se dedican a la confección y comercialización de muebles dentro de la ciudad de Cuenca, este sector representa el 9%, es decir aproximadamente 100 Pymes.

Como conclusión podemos decir que, el estudio que se llevará a cabo será de gran utilidad para el crecimiento y desarrollo de las Pymes dentro de la ciudad de Cuenca, ya que, por medio de este sistema se puede automatizar los procesos dentro de las mismas, logrando de esta forma que la empresa mejore tanto en su eficacia como en su eficiencia, y, por lo tanto, mejore su rentabilidad y reconocimiento dentro del sector industrial en el cual se desempeñe.

2.10. Alcances y resultados esperados

Debido al continuo avance de la tecnología se puede generar un gran alcance en el mercado en el cual se va a ingresar, ya que ésta es una gran herramienta para poder lograr ser más competitivos. La implementación de un Sistema ERP sería de gran ayuda para lograr un mejor rendimiento tanto internamente como externamente, ya que por medio de este instrumento de trabajo se puede lograr la automatización empresarial y por ende un mejor manejo de la información interna de la empresa. Se



espera copar en un gran porcentaje el mercado objetivo, ya que las empresas buscan estar lo más actualizadas posibles en temas de tecnología y, de esta manera cometer el mínimo de errores posibles en relación con su competencia.

2.11. Supuestos y riesgos

Algunas de las limitaciones que se deberá tratar en la presente investigación son: el escaso conocimiento y familiaridad sobre los Sistemas ERP, el alto costo de su implementación y la desconfianza de algunas empresas con los sistemas tecnológicos avanzados serían los principales riesgos que conlleva realizar el estudio propuesto, ya que se podría generar algún tipo de confusión o una mala manipulación del sistema, lo que ocasionaría un gran problema dentro de la empresa y una gran desventaja para la misma.

2.12. Presupuestos

Rubro	Costo (USD)	Justificación
Copias e Impresiones	\$100	Material para la investigación, avances y desarrollos.
Estudio de mercado y análisis de resultados	\$200	Diseño, realización y análisis de las encuestas.
Transporte	\$200	Movilidad dentro de la provincia.
Alimentación y Otros	\$200	Gastos en alimentación y situaciones extras.
TOTAL	\$700	

2.13. Financiamiento

Financiado por recursos propios de los investigadores.

2.14. Esquema tentativo

Introducción

Capítulo 1. Contexto Sociocultural de la ciudad de Cuenca y Marco Teórico

- 1.1. Definición de un Sistema ERP.
- 1.2. Características de un Sistema ERP.
- 1.3. Ventajas de implementar un Sistema ERP.
- 1.4. Definición de Pymes.
- 1.5. Pymes en la ciudad de Cuenca – Ecuador.
- 1.6. Sistema UDA ERP.

Capítulo 2. Análisis situacional de las Pymes de la Industria de muebles.

- 2.1. Análisis del Macro Entorno.
 - 2.1.1 Análisis Político.
 - 2.1.2 Condiciones Económicas.
 - 2.1.3 Características Socioculturales.
 - 2.1.4 Recursos Tecnológicos.
 - 2.1.5 Análisis Ambiental.
 - 2.1.6 Análisis Laboral.
- 2.2. Análisis del Micro Entorno.
 - 2.2.1 Empresa.
 - 2.2.2 Clientes.
 - 2.2.3 Proveedores.
 - 2.2.4 Distribuidores.

Capítulo 3. Estudio de Mercado de la Viabilidad del Sistema UDA ERP

- 3.1. Objetivos de la investigación de mercados.
- 3.2. Definición del mercado objetivo y diseño de la muestra.
- 3.3. Desarrollo del Cuestionario.
- 3.4. Recopilación y análisis de los datos obtenidos.
- 3.5. Resultados Finales.

Capítulo 4. Planeación Estratégica Comercial

- 4.1. Posicionamiento.
- 4.2. Diferenciación.
- 4.3. Marketing Mix.
 - 4.3.1 Producto.



4.3.2 Precio

4.3.3 Plaza

4.3.4 Promoción

4.4. Diseño de Estrategias de Comercialización.

4.5. Conclusión.

Conclusiones

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos

2.15. Cronograma

Objetivo Específico	Actividad	Resultado esperado	Tiempo (semanas)
Contextualizar el estudio sociocultural acerca los Sistemas ERP.	Investigación teórica acerca de los sistemas ERP y el Sistema UDA ERP basado en los conceptos, la historia, características, ventajas; etc.	Conocer sobre los Sistemas ERP para brindar una información exacta sobre los mismos.	2 semanas
Analizar los problemas que enfrentan las PYMES y cada área funcional para su mejor funcionamiento.	Realizar trabajo de campo en base a investigaciones y datos brindados por las diferentes empresas.	Conocer a las empresas dentro de la ciudad, sus diferentes áreas y los problemas por los que atraviesan para lograr una mejor funcionalidad.	8 semanas
Investigar el mercado objetivo con cada una de sus variables.	Realizar un estudio de mercado en base a entrevistas personales, entrevistas a profundidad, entrevistas a expertos, grupos focales y encuestas acerca del comportamiento, gustos y preferencias de las	Estar al tanto sobre el mercado objetivo, para conocer el perfil del consumidor y saber exactamente lo que piensa y deseo.	10 semanas

	pymes dentro de la ciudad de Cuenca.		
Describir las diferentes estrategias para la comercialización del Sistema UDA ERP.	Diseñar diferentes estrategias o métodos de comercialización capaces de utilizar según el segmento utilizado.	Llegar de forma eficaz y eficiente al segmento objetivo y de esta manera lograr un posicionamiento de marca dentro de la ciudad y provincia.	4 semanas
TOTAL			24 semanas

2.16. Referencias

Estilo utilizado: APA Edición: 2010

Davenport, 1998. (13 de Mayo de 2019). *Sistemas ERP (Enterprise Resources Planning)*.

Obtenido de

https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/50815/Art_Docente_SI_ERP_Def_Cast.pdf?sequence=1

Eduardo Martinez Fustero, 2013. (13 de Mayo de 2019). *Digital Business*. Obtenido de

<https://www.iebschool.com/blog/ventajas-erp-digital-business/>

Esteves & Pastor, 1999. (13 de Mayo de 2019). *Sistemas ERP (Enterprise Resources Planning)*.

Obtenido de

https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/50815/Art_Docente_SI_ERP_Def_Cast.pdf?sequence=1

Gabriel Sotoca Sánchez, 2013. (13 de Mayo de 2019). *Stratic Consultoría Estratégica*. Obtenido

de <http://stratic.es/erp-i-historia-y-evolucion/>

Holland & Light, 1999. (13 de Mayo de 2019). *Sistemas ERP (Enterprise Resources Planning)*.

Obtenido de

https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/50815/Art_Docente_SI_ERP_Def_Cast.pdf?sequence=1

INEC, 2016. (13 de Mayo de 2019). *INEC*. Obtenido de

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

Laudon, 2001. (13 de Mayo de 2019). *Sistemas ERP (Enterprise Resources Planning)*. Obtenido

de

https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/50815/Art_Docente_SI_ERP_Def_Cast.pdf?sequence=1

McGaughey & Gunasekaran, 2009. (13 de Mayo de 2019). *Sistemas ERP (Enterprise Resources Planning)*. Obtenido de

https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/50815/Art_Docente_SI_ERP_Def_Cast.pdf?sequence=1



Artículos Redalyc

Insis Ltda. y la Industria de los Sistemas ERP (Año 2015)

Análisis del impacto organizacional en el proceso de implementación de los Sistemas de Información ERP (Año 2015)

Mejora de Procesos ERP's (Enterprise Resource Planning) con Lean Six Sigma (Año 2017)

Metodología para la selección de Sistemas ERP para Pymes (Año 2018)

Los sistemas de control interno en las MiPymes y su impacto en la efectividad empresarial (Año 2015)

Origen de los problemas administrativos estructurales empresariales con enfoque sistémico (Año 2016)

Compatibilidad tecnológica en el despliegue de sistemas de gestión empresarial (Año 2014)

Exploración en los sistemas CRM/ERP como estrategia en el sector PYMES. (Año 2016)

Sistemas Integrados de Recursos Empresariales (ERP) Factores para una implementación exitosa. (Año 2014)

La relación entre los beneficios de un ERP y el desempeño de la empresa: análisis del efecto del capital humano y el capital social. (Año 2016)

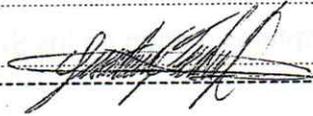
<http://www.redalyc.org/jatsRepo/2654/265447025018/index.html>

<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/11140>

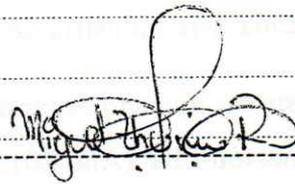
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=257024712009>

2.17. Anexos

2.18. Firma de responsabilidad (estudiante)



Ortega Orellana Santiago Israel



Zhunio Romero Miguel Francisco

2.19. Firma de responsabilidad (director sugerido)



Ing. Ortega Vásquez Xavier Esteban



Ing. Astudillo Rodríguez Catalina Verónica

2.20. Fecha de entrega

12 de julio de 2019