



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Maestría en Administración de Empresas – Versión 8

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Magíster en
Administración de Empresas

*Análisis situacional de los servicios tecnológicos implementados por las
PYMES, “Sector G”, en la ciudad de Cuenca, para formular una propuesta
estratégica que mejore su nivel de competitividad tecnológico*

Autora: María Inés Acosta Urigüen

Director: Ing. Xavier Ortega Vásquez

Cuenca, Ecuador

2015

DEDICATORIA

A mi hija Ana Gabriela, el motor de mi vida que hace que cada reto trazado tenga sentido y que cada día vivido sea una experiencia de amor incondicional.

A mi esposo Francisco, por ser mi compañero y cómplice de sueños y proyectos, por respaldarme en cada reto y alentarme a su culminación.

A mis padres Ramiro y Ana, por estar siempre conmigo, brindándome su cariño y apoyo, por incitarme a ser perseverante en mis sueños y metas.

A mi abuelita Ana por su cariño y ternura.

A la Ine por cuidarle a mi Anita en mis jornadas de estudios.

AGRADECIMIENTO

A mi director de tesis, Ing. Xavier Ortega Vásquez por el tiempo y dedicación invertidos en la realización de este trabajo.

Al Dr. Santiago Jaramillo y al Ing. Alex Vásquez por la ayuda recibida en el manejo de la información.

Al Ing. Antonio Torres y al Econ. Luis Tonon por la ayuda y apoyo para la realización de este trabajo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS	vi
Índice de tablas	vi
Índice de gráficos	viii
Índice de imágenes	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
INTRODUCCIÓN GENERAL	1
CAPÍTULO NO. 1 LA IMPORTANCIA DE LAS PYMES	2
Introducción	2
1. Definición de PYME	2
1.1 Definición de PYME en el contexto global	2
1.2 Definición de PYME en el contexto nacional	4
1.2 Clasificación de las Pymes (clasificación – categorización)	6
1.3 Indicadores económicos (cuánto representa la PYME en el contexto local	17
1.4 Situación de las PYMES	20
Conclusiones	30
CAPÍTULO NO. 2 ANÁLISIS DE LOS SERVICIOS TECNOLÓGICOS OFERTADOS POR LAS PYMES DEL SECTOR “G”, EN LA CIUDAD DE CUENCA	31
Introducción	31
2.1 Tecnología y telecomunicaciones	32
2.3 Buscadores de información	35
2.3.1 Google	36
2.4 Redes sociales	37
2.4.1 Facebook	39
2.4.2 Twitter	39
2.5 Análisis de los servicios tecnológicos ofertados por las PYMES del sector “G”, en la ciudad de Cuenca	40
CAPÍTULO NO. 3 GENERACIÓN DE UNA PROPUESTA ESTRATÉGICA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD EN LAS PYMES, SECTOR “G”, DEL CANTÓN CUENCA	52
Introducción	52

3.1 Propuesta estratégica para mejorar la competitividad tecnológica de las PYMES _____	52
3.1.1 Desarrollo de la propuesta estratégica _____	53
3.1.1.1 Etapa 1: Desarrollo de un sitio web _____	54
3.1.1.2 Etapa 2: Posicionamiento en buscadores _____	55
3.1.1.3 Etapa 3: Uso de redes sociales _____	56
3.1.1.4 Etapa 4: Cooperativismo _____	57
3.1.1.4 Etapa 5: Comercio electrónico _____	58
3.1.2 Generación de indicadores para evaluar y cuantificar el nivel de competitividad tecnológica _____	59
3.1.2.1 Indicador de competitividad tecnológica: Flujo comunicacional _____	60
3.1.2.2 Indicador de competitividad tecnológica: Mejora del servicio al cliente _____	63
3.1.2.3 Indicador de competitividad tecnológica: Impulsar las ventas _____	64
3.1.2.4 Indicador de competitividad tecnológica: Promoción _____	65
3.1.2.5 Indicador de competitividad tecnológica: Asociatividad _____	66
3.1.2.6 Incremento de posicionamiento de la empresa _____	68
Conclusiones _____	69
CONCLUSIONES GENERALES _____	70
RECOMENDACIONES _____	72

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Índice de tablas

Tabla No. 1 Estructura general de las categorías individuales de la clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) – Año 2012 _____	7
Tabla No. 2 Número de compañías de acuerdo a la clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) _____	8
Tabla No. 3 Número de compañías activas de acuerdo a la clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) _____	9
Tabla No. 4 Número de compañías activas de acuerdo a la clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) por región geográfica _____	10
Tabla No. 5 Número de compañías activas de acuerdo a la clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) por Intendencia _____	12
Tabla No. 6 Número de compañías activas de acuerdo a la clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) por Intendencia y por Región Geográfica (Provincia Azuay, Cantón Cuenca) _____	13
Tabla No. 7 Número de compañías activas de acuerdo a la clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) por Actividad Económica – Nivel 2 y Nivel 3, del cantón Cuenca – Año 2013 _____	16
Tabla No. 8 Información reportada a los organismos estatales por las compañías activas de acuerdo a la clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), del cantón Cuenca – Año 2013 _____	17
Tabla No. 9 Porcentaje de las compañías activas de acuerdo a la clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) por Actividad, del cantón Cuenca – Año 2013 _____	17
Tabla No. 10 Clasificación de los establecimientos de acuerdo a la clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) por Actividad Principal por naturaleza jurídica, datos del Censo Económico _____	24
Tabla No. 11 Clasificación de los establecimientos en base al RUC del establecimiento y por naturaleza jurídica, datos del Censo Económico _____	24
Tabla No. 12 Clasificación de los establecimientos que poseen RUC y cuya naturaleza es jurídica en base a la clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) por Actividad Principal _____	25
Tabla No. 13 Clasificación de los establecimientos que llevan registros contables por su naturaleza jurídica _____	25
Tabla No. 14 Uso de internet por su naturaleza jurídica _____	26
Tabla No. 15 Uso de página web por su naturaleza jurídica _____	26
Tabla No. 16 Uso de correo electrónico por su naturaleza jurídica _____	26
Tabla No. 17 Uso de internet por su naturaleza jurídica – Provincia del Azuay ____	27
Tabla No. 18 Uso de página web por su naturaleza jurídica – Provincia del Azuay	27
Tabla No. 19 Uso de correo electrónico por su naturaleza jurídica – Provincia del Azuay _____	27
Tabla No. 20 Total de establecimientos por su naturaleza jurídica del Cantón Cuenca _____	28

Tabla No. 21 Uso de correo electrónico de los establecimientos del cantón Cuenca, por actividad económica “G” con naturaleza jurídica _____	29
Tabla No. 22 Uso de Internet en los establecimientos del cantón Cuenca, por actividad económica “G” con naturaleza jurídica _____	29
Tabla No. 23 Posesión de página web de los establecimientos del cantón Cuenca, por actividad económica “G” con naturaleza jurídica _____	29
Tabla No. 24 Establecimientos que manejan registros contables de acuerdo a su naturaleza jurídica, a nivel Ecuador _____	29
Tabla No. 25 Establecimientos que manejan registros contables de los establecimientos de acuerdo a la clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) por Actividad Económica Principal – “G” - Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas, del cantón Cuenca	30
Tabla No. 26 Distribución de usuarios de internet por región - Junio 2014 _____	33
Tabla No. 27 Número de búsquedas realizadas en Internet durante el 2012 _____	35
Tabla No. 28 Número de establecimientos que poseen página web identificados a través del buscador “Google” _____	41
Tabla No. 29 Listado de establecimientos que poseen página web identificados a través del buscador “Google” _____	41
Tabla No. 30 Listado de establecimientos que han implementado modelos de comercio electrónico y su nivel de desarrollo _____	42
Tabla No. 31 Listado de establecimientos que poseen página web pero que no está habilitada _____	43
Tabla No. 32 Número de establecimientos que poseen una cuenta Facebook _____	44
Tabla No. 33 Tipo de cuenta Facebook _____	45
Tabla No. 34 Estado de cuenta Facebook _____	45
Tabla No. 35 Cuenta Facebook activa, en base al año de creación _____	45
Tabla No. 36 Cuenta Facebook que han habilitado la opción “Seguir” _____	46
Tabla No. 37 Cuenta Facebook que han habilitado la opción “Amigos” _____	46
Tabla No. 38 Número de “me gusta” de las cuentas Facebook _____	47
Tabla No. 39 Cuenta Twitter _____	48
Tabla No. 40 Número de “tweets” y seguidores _____	49
Tabla No. 41 Fechas de creación de las cuentas Twitter _____	50
Tabla No. 42 Estado de las cuentas Twitter _____	50
Tabla No. 43 Número de compañías activas de acuerdo a la clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) _____	51
Tabla No. 44 Los ocho factores más importantes en el diseño de sitios de comercio electrónico exitosos _____	55
Tabla No. 45 Valoración del indicador de competitividad tecnológica: flujo comunicacional: Fidelización _____	60
Tabla No. 46 Valoración del indicador de competitividad tecnológica: flujo comunicacional: flujo de comunicaciones _____	61
Tabla No. 47 Valoración del indicador de competitividad tecnológica: flujo comunicacional: retroalimentación _____	62
Tabla No. 48 Valoración del indicador de competitividad tecnológica: flujo comunicacional: Funcionalidad _____	63

Tabla No. 49 Valoración del indicador de competitividad tecnológica: mejora del servicio al cliente _____	64
Tabla No. 50 Valoración del indicador de competitividad tecnológica: impulso a las ventas _____	65
Tabla No. 51 Valoración del indicador de competitividad tecnológica: promoción_	66
Tabla No. 52 Valoración del indicador de competitividad tecnológica: asociatividad _____	67
Tabla No. 53 Valoración del indicador de competitividad tecnológica: Posicionamiento _____	68

Índice de gráficos

Gráfico No. 1 Número de compañías activas de acuerdo a la clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) por región geográfica – en porcentaje _____	11
Gráfico No. 2 Número de compañías activas de acuerdo a la clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) por Intendencia – en porcentaje _____	13
Gráfico No. 3 Número de compañías activas de acuerdo a la clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) por Intendencia, del cantón Cuenca, grupo “G” ____	14
Gráfico No. 4 Número de usuarios de internet (millones)_____	34
Gráfico No. 5 Porcentaje del número de búsquedas realizadas en Internet durante el 2012 _____	36
Gráfico No. 6 Evolución del número de búsquedas realizadas a través de Google por año (en millones) – periodo 2000 – 2012_____	37
Gráfico No. 7 Número de búsquedas mensuales realizadas en la red (en billones)	37
Gráfico No. 8 Redes sociales líderes por número de usuarios activos fijos (en millones) - a diciembre de 2014 _____	38
Gráfico No. 9 Número de usuarios activos de Facebook a nivel mundial por trimestre 2009-2014 (tercer trimestre) - en millones _____	39
Gráfico No. 10 Número de usuarios activos de Twitter a nivel mundial por trimestre 2009-2014 (tercer trimestre) - en millones _____	40
Gráfico No. 11 Etapas de desarrollo de las aplicaciones tecnológicas como propuesta estratégica_____	53
Gráfico No. 12 Indicadores para evaluar y cuantificar el nivel de competitividad tecnológica _____	59

Índice de imágenes


Imagen No. 1 Cuenta de Facebook – Perfil personal _____	44
Imagen No. 2 Cuenta de Facebook – Perfil corporativo – página empresarial ____	44

RESUMEN

El trabajo de titulación realiza un análisis situacional de los servicios tecnológicos implementados por las PYMES, "Sector G", en la ciudad de Cuenca medidos a través del uso de buscadores y redes sociales. El análisis partió con la generación de la muestra de empresas que pertenecen al "sector G", para formular una propuesta estratégica que mejore el nivel de competitividad tecnológico, se tomó en cuenta el número de PYMES que poseen páginas web propias, el número de cuentas Facebook y Twitter activas, así como los contenidos publicitados. La propuesta estratégica desarrollada tiene 5 etapas: el diseño o rediseño del sitio web, la generación de una campaña a través de redes sociales como Facebook o Twitter, la aplicación de una campaña en Google AdWords, un modelo de cooperativismo de la empresa y por último la habilitación de un canal de comercio electrónico.

ABSTRACT

This graduation paper is about a situational analysis of the technology support implemented by the SMEs "G Sector" in the city of Cuenca, which is measured through the use of search engines and social networks. The analysis started with a sample of the companies that belong to the "Sector G", so as to formulate a strategic proposal to improve the level of technological competitiveness. We took into account the number of SMEs that have their own websites, the number of how many Facebook and Twitter active accounts and contents advertised. The strategic proposal developed has 5 stages: design or redesign of the web site, the creation of a campaign through social networks like Facebook or Twitter, the application of a Google AdWords campaign, a cooperative business model, and finally the empowerment of an e-commerce channel.



Translated by,
Lic. Lourdes Crespo V.