



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA FINANZAS

“DISEÑO DE ESTRATEGIAS PARA DIFUNDIR E INCREMENTAR LA PARTICIPACIÓN DE LAS MIPYMES DEL SECTOR COMERCIAL EN LA BOLSA DE VALORES PROVINCIA DE PICHINCHA”

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN FINANZAS

AUTOR:

JHEFFERSON DAVID LEÓN MOROCHO

Riobamba - Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA FINANZAS

“DISEÑO DE ESTRATEGIAS PARA DIFUNDIR E INCREMENTAR LA PARTICIPACIÓN DE LAS MIPYMES DEL SECTOR COMERCIAL EN LA BOLSA DE VALORES PROVINCIA DE PICHINCHA”

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN FINANZAS

AUTOR: JHEFFERSON DAVID LEÓN MOROCHO

DIRECTOR: Ing. ÁNGEL EDUARDO RODRÍGUEZ SOLARTE

Riobamba – Ecuador

2022

© 2022, **Jhefferson David León Morocho**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de autor.

Yo, Jhefferson David León Morocho, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación. El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 25 de enero de 2022



Jhefferson David León Morocho

CI: 1726956566

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

El tribunal del trabajo de titulación certifica que. El trabajo de titulación: Tipo: Proyecto de investigación: “**DISEÑO DE ESTRATEGIAS PARA DIFUNDIR E INCREMENTAR LA PARTICIPACIÓN DE LAS MIPYMES DEL SECTOR COMERCIAL EN LA BOLSA DE VALORES PROVINCIA DE PICHINCHA**”, realizado por el señor **JHEFFERSON DAVID LEÓN MOROCHO**, ha sido minuciosamente revisado por los miembros del trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
<p>Ing. Fausto Francisco Navarrete Chávez PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</p>	 <small>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CARRERA FINANZAS</small>	<p>25-01-2022</p> <p>.....</p>
<p>Ing. Ángel Eduardo Rodríguez Solarte DIRECTOR DEL TRIBUNAL</p>	 <small>Firmado electrónicamente por:</small> ANGEL EDUARDO RODRIGUEZ SOLARTE	<p>25-01-2022</p> <p>.....</p>
<p>Ing. María Slusarczyk Antosz MIEMBRO DEL TRIBUNAL</p>	 <small>Firmado electrónicamente por:</small> MARIA SLUSARCZYK	<p>25-01-2022</p> <p>.....</p>

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios, por brindarme sabiduría, salud, amigos, compañeros y una familia maravillosa; agradezco a mis padres Juana María Morocho y Pedro León por ser los motores en mi vida para salir adelante, por ser incondicionales, y darme la oportunidad de cumplir parte de mis objetivos.

Agradezco a mi hermana Sandra León, quien también me ha ayudado a alcanzar dicha meta, agradezco sus gestos de voluntad que hicieron que hasta el día de hoy no me faltara nada.

Jhefferson

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICAS	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiv
RESUMEN	xv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	3
1.1. Antecedentes Investigativos.....	3
1.2. Antecedentes históricos	3
1.2.1. <i>Historia</i>	3
1.3. Planteamiento del problema	4
1.3.1. <i>Formulación del problema</i>	4
1.4. Objetivos	5
1.4.1. <i>Objetivo General</i>	5
1.4.2. <i>Objetivos Específicos</i>	5
1.5. Justificación	5
1.5.1. <i>Justificación teórica</i>	6
1.5.2. <i>Justificación metodológica</i>	6
1.5.3. <i>Justificación practica social</i>	7
1.6. Marco Teórico.....	7
1.6.1. <i>Planificación estratégica</i>	7
1.6.2. <i>Componentes de la planificación estratégica</i>	8
1.6.2.1. <i>Direccionamiento estratégico</i>	8
1.6.2.2. <i>Análisis estratégico</i>	9
1.6.2.3. <i>Formulación estratégica</i>	10
1.6.3. <i>Mipymes a nivel global</i>	13
1.6.3. <i>Mipymes en América Latina</i>	16
1.6.4. <i>Mipymes en Ecuador</i>	17
1.6.5. <i>Mipymes en Pichincha</i>	21
1.6.6.1. <i>Dificultad de financiamiento de las Mipymes</i>	22
1.6.6.2. <i>Alternativas de Financiamiento</i>	23
1.6.6.3. <i>Financiamiento empresarial</i>	23

1.6.6.	<i>Mercado Financiero</i>	24
1.6.7.1.	<i>Mercado Monetario</i>	25
1.6.7.2.	<i>Mercado de capitales</i>	25
1.6.7.3.	<i>Mercado de valores</i>	25
1.6.7.4.	<i>Mercado de valores ecuatoriano</i>	31
CAPÍTULO II		46
2.	MARCO METODOLÓGICO	46
2.1.	Enfoque de la investigación	46
2.2.	Nivel de investigación	46
2.2.1.	<i>Investigación Descriptiva</i>	46
2.2.2.	<i>Investigación Explicativa</i>	46
2.3.	Tipo de estudio	46
2.3.1.	<i>Bibliografía-Documental</i>	46
2.4.	Métodos, técnicas, e instrumentos de investigación	47
2.4.1.	<i>Método inductivo</i>	47
2.4.2.	<i>Método analítico</i>	47
2.5.	Técnicas	47
2.5.1.	<i>Encuesta</i>	47
2.6.	Instrumentos	47
2.6.1.	<i>Cuestionario</i>	47
2.7.	Población y muestra	48
2.7.1.	<i>Muestra</i>	48
2.8.	Interrogante de estudio	49
2.8.1.	<i>Idea a defender</i>	49
2.8.2.	<i>Variables</i>	49
CAPITULO III		50
3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	50
3.1.	Resultados	50
3.1.	Discusión de Resultados	63
3.2.	PROPUESTA	64
3.2.1.	<i>Objetivos</i>	65
3.3.	Direccionamiento estratégico	65
3.3.1.	<i>Misión</i>	65
3.3.2.	<i>Visión</i>	65
3.3.3.	<i>Valores Corporativos</i>	65

3.3.4.	<i>Propuesta de valor</i>	66
3.4.	Análisis estratégico	66
3.4.1.	<i>Grupos de interés o Stakeholders</i>	66
3.4.2.	<i>Macroentorno</i>	68
3.4.3.	<i>Microentorno</i>	69
3.4.4.	<i>Análisis interno</i>	70
3.4.5.	<i>Análisis PEST</i>	72
3.5.	Formulación de estrategias	72
3.5.1.	<i>Matriz evaluación de factores externos</i>	72
3.5.2.	<i>Matriz evaluación factores internos</i>	73
3.5.3.	<i>Matriz FODA</i>	74
3.5.7.	<i>Diseño de estrategias (DAFO)</i>	76
3.5.8.	<i>Matriz del planteamiento de actividades</i>	78
3.5.9.	<i>Cuadro de resumen de estrategias</i>	83
3.6.	Estrategia comercial	88
3.6.1.	<i>Plan estratégico de comunicación</i>	88
CONCLUSIONES		94
RECOMENDACIONES		95
BIBLIOGRAFÍA		
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-1:	Concentración de empresas nuevas por cantones en Pichincha (2018).	21
Tabla 2-1:	Promedio anual de empresas nuevas en Pichincha (2000-2018)	21
Tabla 3-1:	Ventas por actividades económicas en Pichincha (2019).....	22
Tabla 4-1:	Capitalización bursátil (en miles de millones de dólares).....	27
Tabla 5-1:	Capitalización a nivel nacional	32
Tabla 6-1:	Capitalización Bursátil.....	32
Tabla 7-1:	Tasa de crecimiento de la capitalización bursátil.....	33
Tabla 8-1:	Emisores del sector privado a nivel nacional.....	33
Tabla 9-1:	Entidades por sector económico.....	34
Tabla 10-1:	Emisor por sector económico.....	34
Tabla 11-1:	Total emisores inscritos por provincia.....	35
Tabla 12-1:	Pymes en el mercado bursátil	35
Tabla 13-1:	Pymes a nivel provincial	36
Tabla 14-1:	Montos negociados en referencia al PIB.....	37
Tabla 15-1:	Casas de valores en la BVQ.....	39
Tabla 16-1:	Títulos valores de corto plazo	40
Tabla 17-1:	Títulos valores de corto plazo con descuento	41
Tabla 18-1:	Títulos valores de largo plazo	42
Tabla 19-1:	Títulos de renta variable	43
Tabla 1-2:	Participación de empresas comerciales en Pichincha	48
Tabla 2-2:	Cálculo de la Muestra	48
Tabla 1-3:	Nivel de conocimiento de las instituciones financieras	50
Tabla 2-3:	Nivel de confianza de las instituciones financieros.....	51
Tabla 3-3:	Nivel informativo de la Bolsa de valores	52
Tabla 4-3:	Nivel de implicación con la Bolsa de valores	53
Tabla 5-3:	Nivel de conocimiento de las funciones de la Bolsa de valores.....	54
Tabla 6-3:	Receptores de información en base al mercado bursátil	55
Tabla 7-3:	Cotización de organizaciones en bolsa	56
Tabla 8-3:	Tipo de instrumento bursátil.....	57
Tabla 9-3:	Tipos de inversiones a incursionar por organizaciones.....	58
Tabla 10-3:	Grado de conocimiento del mercado bursátil	59
Tabla 11-3:	Diversificación de financiamiento.....	60
Tabla 12-3:	Receptores comunicativos de información de las organizaciones.....	61

Tabla 13-3:	Modalidad para receptar capacitaciones de la Bolsa de valores	62
Tabla 14-3:	Grupos de interés en el mercado de valores	66
Tabla 15-3:	Stakeholders de la Bolsa de valores de Quito.....	68
Tabla 16-3:	Factores del macroentorno.....	69
Tabla 17-3:	Factores del microentorno	70
Tabla 18-3:	Análisis interno	71
Tabla 19-3:	Análisis PEST	72
Tabla 20-3:	MEFE.....	73
Tabla 21-3:	MEFI.....	74
Tabla 22-3:	FODA.....	75
Tabla 23-3:	Diseño de estrategias (DAFO)	76
Tabla 24-3:	Actividades para el cumplimiento de estrategias FO.....	79
Tabla 25-3:	Actividades para el cumplimiento de estrategias FA.....	80
Tabla 26-3:	Actividades para el cumplimiento de estrategias DO	81
Tabla 27-3:	Actividades para el cumplimiento de estrategias DA	83
Tabla 28-3:	Cuadro de resumen de estrategias	84

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1:	Características básicas de la planificación estratégica.....	8
Figura 2-1:	Stakeholders comunes.....	9
Figura 3-1:	Análisis Pest.....	10
Figura 4-1:	FODA.....	11
Figura 5-1:	Estrategias DAFO.....	11
Figura 6-1:	Elaboración de actividades	12
Figura 7-1:	Matriz de resumen de actividades	13
Figura 8-1:	Cantidad de empresas según el sector de actividad y su tamaño (América Latina- en porcentaje) 17	
Figura 9-1:	Estructura del sistema financiero	24
Figura 10-1:	Capitalización bursátil discriminada por sectores económicos -Argentina (Bolsa de Buenos Aires 2018-2019)	28
Figura 11-1:	Capitalización bursátil discriminada por sectores económicos -Ecuador (Bolsa de valores de Quito 2018-2019)	28
Figura 12-1:	Capitalización bursátil discriminada por sectores económicos – Chile (Bolsa de Santiago 2018-2019).....	29
Figura 13-1:	Capitalización bursátil discriminada por sectores económicos - Colombia (Bolsa de valores de Colombia 2018-2019).....	29
Figura 14-1:	Capitalización bursátil discriminada por sectores económicos – México (Bolsa de valores mexicana 2018-2019)	29
Figura 15-1:	Capitalización bursátil discriminada por sectores económicos -Bolivia (2019- 2020) 30	
Figura 16-1:	Capitalización bursátil discriminada por sectores económicos -Perú (Bolsa de valores de Lima 2019-2020)	30
Figura 1-3:	Televisión	88
Figura 2-3:	Redes sociales	89
Figura 3-3:	Prensa escrita	89
Figura 4-3:	Sitios web	90
Figura 5-3:	Vallas Publicitarias	91
Figura 6-3:	Ecovías Tv	91
Figura 7-3:	Cine.....	92

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfico 1-1:	Participación de empresas en Ecuador	19
Gráfico 2-1:	Principales actividades económicas en Ecuador	20
Gráfico 3-1:	Sectores insertados en la BVQ	43
Gráfico 1-3:	Nivel de conocimiento de las instituciones financieras.....	50
Gráfico 2-3:	Nivel de confianza de las instituciones financieros	51
Gráfico 3-3:	Nivel informativo de la Bolsa de valores	52
Gráfico 4-3:	Nivel de implicación con la Bolsa de valores	53
Gráfico 5-3:	Nivel de conocimiento de las funciones de la Bolsa de valores.....	54
Gráfico 6-3:	Receptores de información en base al mercado bursátil	55
Gráfico 7-3:	Cotización de organizaciones en bolsa.....	56
Gráfico 8-3:	Tipos de inversiones a incursionar por organizaciones.....	58
Gráfico 9-3:	Grado de conocimiento del mercado bursátil.....	59
Gráfico 10-3:	Diversificación de financiamiento	60
Gráfico 11-3:	Receptores comunicativos de información de las organizaciones.....	61
Gráfico 12-3:	Modalidad para receptar capacitaciones de la Bolsa de valores	63

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTAS A PERSONAS JURÍDICAS (MIPYMES)

RESUMEN

El presente trabajo de titulación tuvo como objetivo diseñar estrategias para difundir e incrementar la participación de las Mipymes del sector comercial en la provincia de Pichincha en la Bolsa de valores. Para el desarrollo de la investigación se utilizó la técnica transversal, la cual permitió enfocarse en la observación de datos estadísticos, población y muestra, además el instrumento de apoyo para la investigación fue elaborar un cuestionario que levantó información a través de la aplicación de encuestas a las organizaciones comerciales, lo cual permitió obtener una serie de datos hasta desarrollar aspectos estadísticos en base a los resultados, además facultó desarrollar el direccionamiento y análisis estratégico, siendo aspectos esenciales para determinar y estructurar la matriz FODA, la cual fue la base para el planteamiento de estrategias comunes y comerciales propuestas para involucrar a las Mipymes con la Bolsa de valores. En fin, la investigación permitió diseñar estrategias, que a largo plazo brinde la conexión entre el mercado bursátil y las Mipymes, con el fin de aportar al desarrollo económico, mejorando así indicadores macroeconómicos que alienten al crecimiento del país. Además, se recomienda estudiar cada una de las estrategias para poder desarrollarla y aplicarla para insertar mayor participación en la Bolsa de valores siendo el nuevo mercado financiero con mayor demanda.

Palabras clave: <BOLSA DE VALORES>, <ESTRATEGIAS>, <ANÁLISIS FODA>, <MERCADO BURSÁTIL>, <ESTRATEGIA COMERCIAL>



Firmado electrónicamente por:

JHONATAN
RODRIGO
PARREÑO
UQUILLAS



04-03-2022

0390-DBRA-UTP-2022

ABSTRACT

The objective of this study was to design strategies to communicate and increase the participation of microcaps in the stock market of Pichincha province To develop the study, the cross-sectional technique was used, which allowed focusing on the observation of statistical data, population and sample. In addition, the support instrument for the study was the development of questionnaire that collected information through the application of surveys to commercial organizations to obtain a series of data to calculate statistical aspects based on the results, also it allowed to develop the direction and strategic analysis, essential aspects to determine and structure the SWOT matrix, which was the basis for common and commercial strategies to involve these microcaps with the stock exchange market. Finally, the research allowed the design of strategies, which in the long term provide the connection between the stock market and microcaps, in order to contribute to the economic development, thus improving macroeconomic indicators that encourage the country's growth. In addition, it is recommended to study each of the strategies to be able to develop and apply it to increase the participation in the stock market, being the new financial market with the highest demand.

Keywords: <STOCK EXCHANGE>, <STRATEGIES>, <SWOT ANALYSIS>, <STOCK MARKET>, <COMMERCIAL STRATEGY>

**LUIS
FERNANDO
BARRIGA
FRAY**

Firmado
digitalmente por
LUIS FERNANDO
BARRIGA FRAY
Fecha: 2022.03.07
13:34:08 -05'00'

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación se origina en la problemática que enfrenta hoy en día las Mipymes al querer optar por un financiamiento para desenvolverse en un mercado competitivo que hay hoy en día; el factor de expansión, innovación de productos, desarrollo tecnológico y mejorar el capital humano, son variables que buscan progresar con financiamiento a través de la banca tradicional, ya que estas son las instituciones financieras que son reconocidas como el principal sector financiero.

Las Mipymes para la banca tradicional son consideradas de alto riesgo, lo cual genera incertidumbre para dar el acceso a un financiamiento, ya que estas organizaciones aparecen de un momento a otro y perecen en el corto plazo, es por ello, que existe la negativa de dar viabilidad a una fuente de financiamiento. Sin embargo, el no conocer el amplio mercado financiero que existe hoy en día delimita buscar fuentes de apalancamiento; el sector bursátil es una de las variables que se ha desarrollado a nivel global, es por ello que la Bolsa de valores es considerada una de las alternativas para poder adquirir financiamiento e inversiones para el corto y largo plazo.

La provincia de Pichincha cuenta con una de las dos sedes principales de la Bolsa de valores que existen en el Ecuador, es por ello, que es crucial y determinante que dicho mercado financiero se vuelva atractivo para las pymes, ya que la misma ofrece diferentes tipos de inversiones con riesgos bajos, medios y altos, al igual que su rentabilidad. Pichincha puede convertirse en uno de los referentes para que el resto de las pymes de diferentes provincias del país incurran a este segmento de mercado financiero que no ha sido explotado, además, esto permitirá un crecimiento de organizaciones a nivel local, zonal y nacional, mejorando así los indicadores macroeconómicos.

La falta de conocimiento de la cultura bursátil es uno de los problemas que se genera a nivel local, zonal y nacional, perjudicando a las organizaciones. La Bolsa de Valores es un sector financiero alternativo para el ingreso de las pymes, en la cual se puede trabajar con la diversificación de inversiones, además, el riesgo con el cual se va a trabajar depende del inversionista, conjuntamente se presentan financiamientos con tasas atractivas, la cual genera la reducción de costos financieros, con ello, se puede explotar aquel sector financiero mejorando los rendimientos de las pymes y parte del sector macroeconómico del país.

En este sentido se propone un **DISEÑO DE ESTRATEGIAS PARA DIFUNDIR E INCREMENTAR LA PARTICIPACIÓN DE LAS MIPYMES DEL SECTOR COMERCIAL EN LA BOLSA DE VALORES PROVINCIA DE PICHINCHA**, con la intención de aportar, motivar e impulsar la introducción de nuevas entidades en el sector financiero bursátil, incrementando las posibilidades de adquirir financiamiento.

En el capítulo I se muestra el desarrollo de la investigación, a través del marco teórico referencial, el mismo que consiste en la identificación de los antecedente investigativos, objetivos y justificación,

además, se complementan con variables de estudio como, el marco teórico y el marco conceptual, los cuales serán un soporte para determinar aspectos relevantes de las Mipymes y el mercado bursátil, ayudando al desarrollo del trabajo de titulación.

En el capítulo II se expone el marco metodológico, el cual muestra un enfoque en el nivel, tipo y diseño de investigación. Además, contiene el estudio de población, métodos, técnicas e instrumentos de investigación, los cuales ayudaran a determinar la forma en que se recopilara y analizará la información obtenida en la investigación.

En el capítulo III se presenta el marco de resultados, es decir que se da a conocer la propuesta, en la cual se establecen análisis e interpretaciones en base a las encuestas realizadas. Asimismo, se genera el diseño de estrategias para difundir e impulsar la participación de las Mipymes en la Bolsa de valores.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1 Antecedentes Investigativos

El antecedente que guarda relación con el presente trabajo de titulación, es un trabajo investigativo de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la cual va enfocada en la “Cultura financiera y Mercado de valores”, la cual ha sido un complemento valiosos para el presente trabajo, dando a conocer la importancia de estar en constante involucramiento con las innovaciones financiera, ya que son un motor para impulsar a las organizaciones. Además, indica que el mercado de valores en Ecuador es uno de los que menos se ha desarrollado a nivel de Sudamérica, sin embargo, dicho mercado presenta que diversidad de instrumentos para generar inversiones.

El segundo antecedente que tiene relación directa con el presente trabajo de titulación, es un trabajo investigativo de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), la cual es un “Proyecto de creación de estrategias para aumentar las negociaciones bursátiles en la BVG (Bolsa de valores de Guayaquil)”, misma que ha sido una fuente que complementa partes de cada uno de los capítulos, siendo determinantes a la hora de plasmar estrategias en la cual hace mención que existe un factor vulnerable de difusión de información acerca del mercado, además, puntualiza que para ingresar a la Bolsa de valores es importante tener un conocimiento previo, contar con asesoría y sobre todo determinan que el mercado bursátil ayuda al desarrollo de las organizaciones como del país.

1.2 Antecedentes históricos

1.2.1 Historia

Antes de que se consolide prácticamente la Bolsa de valores en Ecuador se detalla hechos a partir de 1831 en la cual se autoriza poner vigencia en Ecuador el código de comercio de España de 1829; en 1884 se crea la primera Bolsa de comercio en Guayaquil; en 1935 se crea la bolsa de valores y productos del Ecuador C.A; en 1955 se crea la comisión nacional de valores; en 1964 se expide la ley de compañías, la ley de comisión de valores.

El mercado bursátil en Ecuador está ligado con la Bolsa de Comercio que se dio a conocer en 1906, pero la misma no fue autosuficiente para incitar el desarrollo del mercado de valores. Entonces trascurrieron 29 años para que se abriera la primera Bolsa de valores en Ecuador, su sede inicial fue en el año de 1935 en la ciudad de Guayaquil y su segunda sede fue en el año de 1969 en la ciudad

de Quito y en los mismos años se les autorizó el establecimiento como Bolsas de Valores, y hasta la actualidad son las dos únicas sedes en la cual se realizan operaciones de rentas fijas y variables. Además, dichas escrituras fueron inscritas prácticamente el 30 de septiembre de 1969 en el Registro Mercantil.

Como otro hecho relevante el 24 de julio de 2016, a través de una escritura pública por la Corporación civil de la Bolsa de valores de Quito, se transformó en una sociedad anónima, la cual fue aprobada por la Superintendencia de compañías valores y seguros (SUPERCIAS), siendo su objetivo principal brindar los mecanismos y servicios adecuados o requeridos para la negociación de valores.

1.3 Planteamiento del problema

Según el Banco Central del Ecuador, las tasas activas para poder hacer un financiamiento para las Pymes oscilan alrededor del 10,90%-12%, mientras que a las microempresas se les asigna una tasa activa del 14%-24%, lo que demuestra una tasa elevada para las Mipymes, sabiendo que el 99,51% están conformadas por las mismas según el INEC, generando así fuertes cargos financieros en los primeros años de la etapa empresarial.

De acuerdo con la Revista Líderes (2019) en la Bolsa de Valores de Quito, el año pasado se negociaron USD 7 474 millones en el mercado de valores ecuatoriano. De esa cifra USD 46,8 millones correspondió a pymes, es decir el 0,6%. Se considera que la falta de participación de las pymes en el mercado bursátil es debido a la falta de información en base a la cultura bursátil, lo cual hace que se desconfíe de sus mecanismos y sistemas financieros, representando así una participación mermada.

Acorde con (Chejín, 2020) la crisis sanitaria del covid-19, provocó casi una paralización total de las Mipymes, además, el 50% de las empresas ecuatorianas están por quebrar debido a que el 99,51% representan a las Mipymes en todo el país. También las políticas aplicadas por el estado ecuatoriano no ayudaron a todas las pymes para recibir el financiamiento del programa del estado. Otro factor relevante, es que las empresas empezaron a quedarse sin liquidez, lo cual no permitió que las entidades cumplieran con las obligaciones pertinentes.

Los obstáculos que tienen las Mipymes para su crecimiento, consolidación, y desarrollo es el difícil acceso al financiamiento, y el poco conocimiento que tienen respecto a las alternativas financieras. Para el financiamiento con la banca tradicional se le dificulta el acceso debido a que las Mipymes son consideradas empresas de alto riesgo ya que un día emergen y en el corto plazo cierran.

1.3.1 Formulación del problema

¿Como afecta el no crear estrategias empresariales y comerciales por la Bolsa de valores de Quito, para atraer a nuevos segmentos empresariales como las Mipymes?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Diseñar estrategias para difundir e incrementar la participación de las Mipymes del sector comercial en la Bolsa de valores provincia de Pichincha.

1.4.2 Objetivos Específicos

- ✓ Fundamentar teóricamente los elementos relacionados con las Mipymes y con la Bolsa de valores.
- ✓ Diagnosticar la importancia de la Mipymes en el entorno social, cultural, y económico e identificar la participación de estos en la Bolsa de valores.
- ✓ Proponer estrategias para impulsar la participación de las Mipymes en la Bolsa de valores.

1.5 Justificación

El mercado de valores toma una gran importancia en las economías debido a que genera mayores y diversas posibilidades de inversión. En Ecuador el Mercado de Valores se encuentra poco desarrollado debido a una marcada tradición al financiamiento con deuda por parte de las mismas empresas, es decir los pequeños y medianos empresarios son renuentes a acudir al mercado de valores para financiarse. (pérez, s.f.)

La implementación de una difusión referencial en base a los instrumentos y mecanismos que posee el mercado bursátil brindará a las pymes nuevas formas para invertir, siendo una de las más atractivas, ya que las tasas activas se manejan con una cifra, lo cual genera pocos costos financieros, mientras que las tasa pasivas genera mejores rendimientos y en un corto plazo, en comparación a la banca tradicional, además, tendrán el acceso a utilizar instrumentos como la titularización, acciones, renta fija, renta variable, etc.

En cuanto a la tecnología de comunicación e información (TIC) serán claves para la difusión, ya que en el mundo actualizado en el que nos encontramos y debido a las afectaciones de la crisis sanitaria, gran parte de las pymes se encuentran inmersas, relacionadas y conectadas con los medios que forman parte de una red de información, siendo así muy viable la difusión acerca de los mecanismos e instrumentos que posee el mercado bursátil, incluso con el actual mundo globalizado y la gran

inserción de las organizaciones a la bolsa de valores puede atraer aún más la inversión extranjera directa (IED), generando así seguridad para los inversionistas y convirtiendo el mercado bursátil en uno de los sectores financieros y económicos estratégicos para el país.

El financiamiento de las pymes con el sector financiero ha creado una brecha y el surgimiento de conflictos, ya que las mismas Mipymes no alcanzan a cumplir con los altos estándares de garantías y los múltiples requisitos que solicitan las instituciones financieras para el acceso a créditos económicos. Por ello el financiamiento con un nuevo sector financiero estratégico como lo es la bolsa de valores de Quito, les permite a las pymes generar costos financieros menores a los que se tenía con la banca, con la única condición de emitir transparencia.

La gran cantidad de emprendimientos generados van encaminados a la creación de pymes, provocando en el largo plazo la búsqueda de la extensión del negocio, lo cual hace que se busque financiamiento y se lo hace generalmente en la banca tradicional la cual impone altas tasas activas y bajas tasas pasivas, generando inseguridad a futuro del negocio y del pago a la banca, incluso ocasionalmente el financiamiento en la banca no se da debido a los requerimientos y estándares de garantías que dificultan el acceso al crédito. Por otra parte, las pymes casualmente esperan a tener recursos propios para poder apalancarse, lo cual a veces provoca una inestabilidad del negocio y va perdiendo rentabilidad generando incertidumbre a mediano y largo plazo.

1.5.1 Justificación teórica

El presente trabajo de investigación se lo realiza a través de una recopilación de fuentes de información, como son los libros, tesis, artículos científicos, y documentos bibliográficos, que ayuden al progreso y evolución del trabajo de titulación, que se basa especialmente en la difusión de los mecanismos e instrumentos que posee el Mercado Bursátil para generar nuevas fuentes de financiamiento e inversiones para el progreso de las Pymes.

1.5.2 Justificación metodológica

En el trabajo investigativo se desarrolla aspectos metodológicos descriptivos y explicativos, los cuales ayudan a relacionarse con los aspectos que maneja la Bolsa de valores. Además, se presenta variables cualitativas y cuantitativas que ayuden a profundizar y analizar los enfoques que tienen las pymes con respecto a los sectores financieros en el segmento de financiación.

1.5.3 Justificación practica social

El desarrollo del presente trabajo se justifica con el estudio de estrategias de la Bolsa de Valores para difundir mecanismos y sistemas hacia las Mipymes del sector comercial provincia de Pichincha, el cual permitirá generar un conocimiento más amplio, en base al sector bursátil, que no es usual para las pymes, pero es un sector financiero que induce a utilizar nuevas formas de la financiación e inversión, que generan seguridad, y como la comunidad de las pymes es uno de los motores principales de la economía, al inducirse en este nuevo mercado financiero sus costos financieros se reducirán, debido a que se trabajan con tasas activas pequeñas. También dicho enfoque de la difusión de mecanismos e instrumentos del mercado bursátil generará la atracción en más personas jurídicas y naturales ya que el interés es hacer crecer el capital a través de inversiones que generen rentabilidad.

1.6 Marco Teórico

1.6.1 Planificación estratégica

La planificación estratégica es una herramienta que permite analizar, reflexionar, desarrollar e implementar estrategias dentro de una organización o comunidad, con la finalidad de alcanzar objetivos en torno a un cambio del bien común a corto y largo plazo, incluso una vez identificado los impulsores bases, permite tomar decisiones para el crecimiento empresarial (Ortegón, 2019).

Beneficios de la Planificación estratégica

Las organizaciones comúnmente están en constantes cambios y se desarrollan en un mercado muy competitivo generando incertidumbres de poder mantenerse en el mismo, sin embargo, los beneficios de crear una planificación estratégica favorece más a las organizaciones pequeñas ya que pueden desaparecer en el corto plazo principalmente por la falta de innovación y financiamiento. Por ello la planeación estratégica toma un rol relevante en las organizaciones, ya que permite analizar el entorno interno como externo facultando desarrollar objetivos y estrategias claras que estén al alcance de estos para mantenerse y ser más competitivas en el mercado. Además, se generan los siguientes beneficios:

- ✓ Reducir riesgos e incertidumbres
- ✓ Genera compromiso y motivación al equipo de trabajo
- ✓ Mejor uso del tiempo y recursos
- ✓ Genera la preparación de la organización a los cambios futuros
- ✓ Ayuda a coordinar y controlar de mejor manera las actividades

- ✓ Permite tomar decisiones relevantes para respaldar los objetivos establecidos
- ✓ Tienen una dirección de anticipación hacia los hechos
- ✓ Reduce ventajosamente los cambios adversos

Características de la Planificación estratégica



Figura 1-1: Características básicas de la planificación estratégica

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

1.6.2 Componentes de la planificación estratégica

Los componentes de la planificación estratégica son esenciales ya que son los que van a marcar la dirección y posibles vías para generar acciones particulares con la finalidad de crear e incluso dar cumplimiento a las estrategias alcanzadas (Miguel, 2020).

1.6.2.1 Direccionamiento estratégico

Misión

La misión detalla el motivo de la razón de ser de una organización, además refleja la actividad que realiza en el mercado, determina sus valores y define que es lo que lo hace diferente a la competencia, incluso se responde a cuestiones como ¿Cómo lo hace? ¿Con qué lo hace? y ¿Para qué lo hace?

Visión

La visión es la idea, expectativa o proyección que tiene la organización a futuro, siendo esta alcanzable o realista, siendo la función de motivar a todo el equipo de trabajo.

Objetivos empresariales

Los objetivos empresariales son aquellos que están relacionados estrechamente con las metas o proyecciones que tiene la organización para alcanzar en un tiempo determinado, además el contar con estos objetivos permiten que la organización realice o pague estrategias o proyectos que le permitan alcanzar este planteamiento de objetivos.

Valores de la empresa

Los valores de la empresa son aquellos principios éticos que maneja y describen a los que integran una organización, sin embargo, estos condicionan a la imagen de la organización de forma positiva o negativa de acuerdo con el cumplimiento de valores éticos planteados.

1.6.2.2 Análisis estratégico

Stakeholders

Los implicados o stakeholders son aquellos que están involucrados directa o indirectamente con organizaciones afectando así en la toma de decisiones, además el triunfo o fracaso de las organizaciones también impactan a los implicados (Andrade, 2021, p 3).



Figura 2-1: Stakeholders comunes

Realizado por: León Morocho, Jefferson, 2021.

Análisis interno

El análisis interno hace referencia a factores claves que son controlables por parte de la organización a partir de una autoevaluación, además identifican puntos de fortalezas y debilidades, que permiten un mejor desarrollo empresarial frente al mercado (Torres Hernández, 2015),p137-140)

Análisis externo

El análisis externo son factores que están fuera de la organización, lo cual impide que se lo pueda controlar, dentro de ellas están la competencia, inflación, tecnología etc. Además, el análisis externo es una referencia para aportar o crear oportunidades, incluso esta ayuda a enmarcar amenazas y evitar las amenazas que debilitan o generan un riesgo a la organización

Análisis PEST

El análisis PEST es un instrumento en el cual intervienen factores políticos, económicos, social y tecnológico, que sirven para comprender el estado de crecimiento o declive del mercado, además estas variables intervienen en la dirección y generación de nuevas estrategias para mejorar la organización (Peiró, 2017).



Figura 3-1: Análisis Pest

Realizado por: Juan Martin,2017.

1.6.2.3 Formulación estratégica

Misión y Visión

Dentro de la formulación estratégica, se procede a proponer una misión y visión desde la perspectiva del autor, siendo factores que identifiquen a la organización y su razón de ser e incluso generar una proyección a futuro, sin perder la dirección de su actividad.

FODA

A partir del análisis interno y externo se crea una matriz FODA, siendo un instrumento de análisis con el cual se determinan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, siendo determinantes para crear a futuro estrategias que ayuden al crecimiento empresarial.

		FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS (F)				DEBILIDADES (D)			
			F1	F2	Fn	D1	D2	Dn
OPORTUNIDADES	O1									
	O2									
									
	On									
AMENAZAS	A1									
	A2									
									
	An									

Figura 4-1:FODA

Realizado por: Andrade, Raúl,2021.

Diseño de estrategias (DAFO)

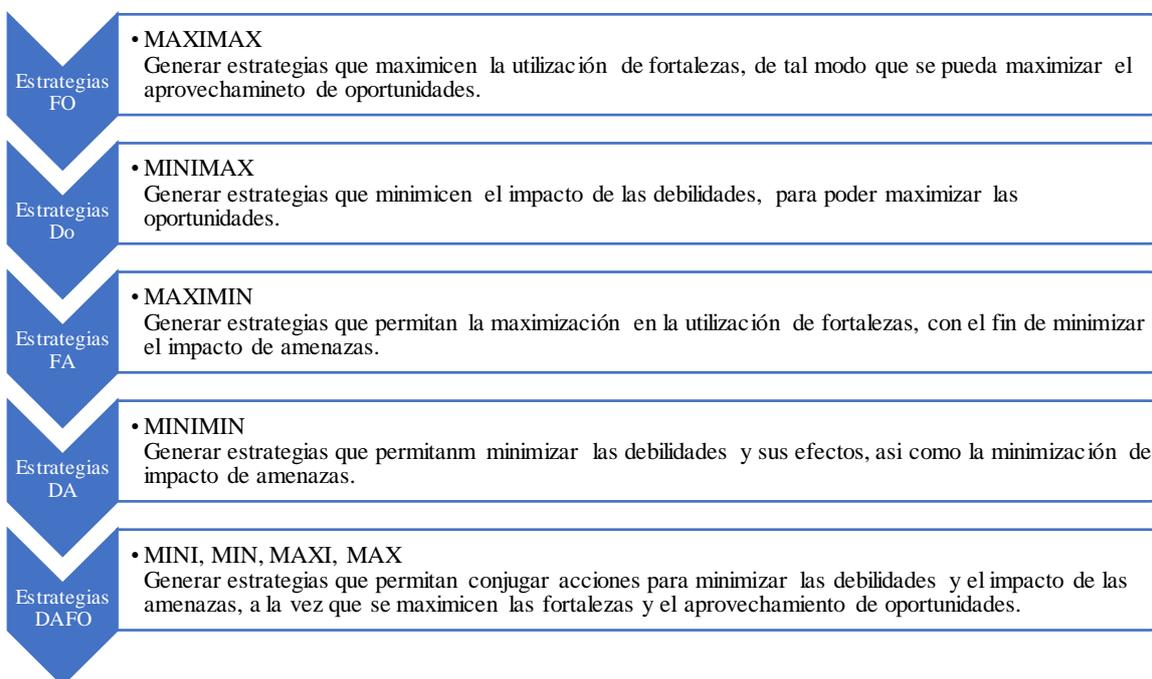
El diseño de estrategias se crea a partir de la matriz FODA, siendo estas el desarrollo de pensamientos para cambiar o modificar las ideas originales, aprovechando los recursos y capacidades que tiene la organización (Torres Hernández, Administración estratégica, 2015) p 187,192

		FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS (F)				DEBILIDADES (D)			
			F1	F2	Fn	D1	D2	Dn
OPORTUNIDADES	O1	ALTERNATIVAS F O MAXIMAX				ALTERNATIVAS D O MINIMAX				
	O2									
	ALTERNATIVAS D A F O MINI MIN MAXI MAX								
	On									
AMENAZAS	A1	MAXIMIN ALTERNATIVAS F A				MINIMIN ALTERNATIVAS D A				
	A2									
									
	An									

Figura 5-1:Estrategias DAFO

Realizado por: Andrade, Raúl,2021.

Además, la matriz abarca la DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas, oportunidades), la cual define términos como MINI, MIN, MAXI, y MAX, siendo que estas creen diversas combinaciones para la creación de alternativas de estrategias.



Realizado por: Jhefferson, León, 2021.

Matriz de elaboración de actividades

La matriz de actividades es un instrumento el cual ayuda a proponer el desarrollo de las estrategias en base a actividades, además se propone la duración que tendrá las estrategias.

Estrategia	Estrategia 1 Actividades	Semana					Tiempo		
		(1)	(2-4)	(3-7)	(7-10)	(11)	Duración	Inicio	Terminación
Desarrollar un proyecto de factibilidad del marco político entre el estado y mercado de valores en base a incentivos fiscales, creando medidas de ventajas competitivas, aportando así con el cumplimiento de objetivos del desarrollo sostenible 2030.	Plasmar el aporte e influencia de la bolsa de valores entorno al marco organizacional pymes.						3 meses	01/12/2022	01/03/2023
	Acercamiento con las partes interesadas								
	Análisis de prepuetas								
	Selección, y desarrollo del proyecto								
	validación del proyecto de factibilidad								

Figura 6-1:Elaboración de actividades

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

Matriz de resumen de estrategias

La matriz de resumen de estrategias se basa en el desarrollo total de una planificación estratégica, además se desarrollan factores como las metas a alcanzar, creación de índices, se determinan los responsables de la ejecución de las estrategias y se crea una proyección de un posible presupuesto, siendo la matriz la clave para llevar a cabo las correspondientes estrategias planteadas.

Estrategias	Generales	Específicas	Metas	Índices	Responsable
Estrategia de recursos humanos		Capacitar a grupos de trabajadores en el uso de tecnologías de información y comunicación, para promover el funcionamiento del mercado de valores, interconexión bursátil y sus alternativas de inversión dominantes.	Capacitar al personal seleccionado al 100%	$\frac{\text{número de personas capacitadas}}{\text{número de seleccionados a capacitar}}$	*Ejecutivo de gestión *Ejecutivo administrativo *Analista de recursos humanos *Analista comercial *Analista de control *analistas del consejo nacional de valores *Gerente de operaciones y

Figura 7-1: Matriz de resumen de actividades

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

1.6.3 Mipymes a nivel global

Las micro, pequeñas, y medianas empresas (Mipymes), actualmente son consideradas como el sector más productivo, es decir que son el motor de la economía en gran parte de los estados desarrollados y subdesarrollados dentro de los 194 países. Las Mipymes en gran parte de los países conforman más del 90%, siendo el sector que genera mayor empleo, además, dicho sector genera mayor dinamismo económico, y es un elemento de competencia dentro del mercado. (Valdés Díaz de Villegas & Sánchez Soto, 2012)

Europa

En Europa las Mipymes representan el 99,8%, es decir que hay un total de 24 millones de empresas de este tipo, además generan 2 de 3 empleos en el sector privado. Incluso, se ha fomentado programas de innovación e investigación con la finalidad de incrementar la competitividad y permitirle el acceso a una financiación para que estas se puedan expandir y sostener en largo plazo, generando mayor dinamismo económico.

Las micro, pequeñas y medianas empresas en el año 2015 producían 3,9 billones de euros al valor añadido, y empleaban más de 90 millones de personas, demostrando así que las Mipymes son aquellas que impulsan los factores macroeconómicos como el producto interno bruto (PIB), precios

de materia prima, población económica activa (PEA), inflación, estabilidad de la moneda, etc. Dichos factores son los más relevantes ya que evalúan la situación de cada país, su salud económica, y generan proyecciones a futuro, con la finalidad de crear e innovar las nuevas estrategias políticas para el bienestar de dichas empresas (Gouardères, 2021).

Los mercados financieros en Europa a lo largo de los años han incrementado de a poco la financiación para las pymes, desde que se incursionó en el 2011 un plan de políticas para ayudar a estas empresas a tener un acceso más amplio a las financiaciones, con la intención de que se mantengan en el mercado, reconociendo su aporte a la economía del país. Es por ello, que en la actualidad las instituciones financieras como el Banco Europeo de inversiones y el fondo europeo de inversiones han incrementado las operaciones de crédito o financiamiento a las pymes.

Competitividad de las empresas y para las pequeñas y medianas empresas (COSME), es un programa creado en Europa, el cual ayuda a mejorar el acceso de las empresas a una financiación utilizando los intermediarios financieros para facilitar más financiamiento. COSME, es instrumento de garantías para los préstamos de las empresa, además, ofrece apoyo total a las empresas en crecimiento con el motivo de que la mayor parte del mercado nacional puede tener acceso a este servicio (Gouardères, 2021).

Asia

En Asia las Mipymes representan un total del 97% de empresas, además, emplean al 69% de la fuerza laboral, destacando el hecho que entre 2010-2019, aportaron con el 41% del producto interno bruto (PIB) y han aportado con un 20% de las exportaciones. También de acuerdo con un previo estudio del Banco Asiático de Desarrollo (BAD), las Mipymes han alcanzado un crecimiento económico a lo largo de los 10 años, destacando la importancia que tienen dichas organizaciones para el desarrollo económico del país y su respectiva evolución en el marco empresarial, siendo uno de los atractivos para crear y atraer a los empresarios.

Durante los dos últimos años, la crisis sanitaria ha sido uno de los factores más desastrosos para las Mipymes tanto en todo el mundo como en el continente asiático, por el hecho de que creó un estancamiento y retroceso de la economía, con un promedio de 3,8% hasta el 7,3% en Tailandia y Filipinas. Sin embargo, el apoyo de las instituciones financieras públicas se han convertido en una de las fuentes más cruciales para mantener con vida a dichas organizaciones, con la finalidad de no disminuir la tasas de empleo, desigualdad, la brecha de pobreza y el dinamismo económico (INTER PRESS SERVICE, 2020).

El Banco Asiático de Desarrollo (BAD), indica que entre el 69% al 85% de Mipymes son de servicio, sin embargo, generan una tasa alta de empleo, y es debido a que las entidades operan en los sectores rurales, lo que las convierte en una fuente abismal de empleo, además, a largo plazo se puede

fomentar la innovación e investigación y mejorar los servicios como la infraestructura, servicios básicos, educación etc.

Los desafíos que atraviesan las Mipymes son la del financiamiento, pero actualmente la crisis sanitaria también ha perjudicado notablemente a las organizaciones, con la reducción de sus operaciones comerciales y afectaciones en el aspecto laboral. En este sentido los gobiernos de algunos países asiáticos se ha visto en la obligación de contribuir con las Mipymes, a través de fondos especiales, programas de préstamos blandos, y facilidades de refinanciamiento (INTER PRESS SERVICE, 2020).

China

Las pymes chinas superan las ocho millones de organizaciones con un marco proporcional del 99% de su totalidad, incluso se han convertido en el propulsor del desarrollo de una nueva economía. El valor de la producción representa el 60% y el aporte de los impuestos del 50%, el 65% de las inversiones y el 80% del desarrollo de nuevos productos, siendo en la actualidad un referente e impulsor de la economía china.

Por otra parte, también se destaca la participación de exportaciones, con un 60% de su totalidad, incluso en el aspecto laboral es un factor determinante ya que genera alrededor del 75% de los puestos de trabajo, absorbiendo así un gran número de personas desempleadas de las empresas estatales. Sin embargo, el gobierno chino ha promovido programas para la supervivencia de las pymes, como son los fondos de innovación tecnológica, parques científicos universitarios, centro de promoción de productividad, tomando en cuenta que en gran parte sus empresas han cambiado a las de servicio.

El gran problema que enfrentan las pymes en China es la escasez de inversiones, falta de profesionales calificados, baja capacidad de comercialización, la baja capacidad en base a la innovación en tecnología y su baja capacidad en la gestión de empresas. Con estos acontecimientos las instituciones financieras, no desembolsan préstamos por el hecho del riesgo a su devolución teniendo en cuenta los factores anteriores, afectado gravemente al desarrollo de estas (YAN, 2015).

EE. UU.

Los negocios más pequeños (Mipymes), son consideradas como la columna vertebral de la economía estadounidense, incluso una de cada dos personas tenían un trabajo fijo en uno de esos pequeños negocios. También son parte indispensable de la economía de Estados Unidos debido a que aportan con más del 44% del producto interno bruto (PIB). En 2019 el incremento de los pequeños negocios ha sido masivo por el hecho de que se ha reducido los impuestos y existe menor regulación, emprendiendo así un nuevo camino de inversión para mejorar la economía.

Hoy en día hay más de 25 millones de Mipymes que emplean a casi 60 millones de personas, es decir que representan casi un 50% del empleo privado. No obstante, las empresas latinas son las que tienen gran importancia en Estados Unidos, siendo que emplean a más de 2.3 millones de trabajadores e indican que uno de cada cuatro negocios es propiedad de un latino (Kapur, 2020).

Es importante mencionar que el 40% de las Mipymes en EE. UU. mueren antes de los 5 años, el resto que son las dos terceras partes pasan a la segunda generación y tan solo el 12% sobrevive en la última generación. También se ha aplicado préstamos para las pymes, en el caso que las organizaciones demuestren que han gastado el préstamo según lo acordado, queda totalmente suspendidos su devolución (TATEOSSIAN, 2020).

1.6.3 Mipymes en América Latina

En América Latina las micro, pequeñas y medias empresas (Mipymes), son la base fundamental para la composición empresarial, la cual se manifiesta a través de su aportación del producto interno bruto (PIB) y en la creación de empleo. Sin embargo, su aportación al PIB es del 50% -65%, indicando su aporte e influencia a nivel Latinoamericano.

Las desigualdades entre la aplicación de políticas para las diferentes organizaciones es uno de los problemas que debe estar resuelto por parte de los estados. También la elevada diferencia de productividad se debe a la falta de incorporación de procesos técnicos, el poder o don de negociaciones, poco acceso a las nuevas soluciones tecnológicas y limitado acceso al personal capacitado. Sin embargo, si las Mipymes no son capaces de combatir dichas dificultades se mantendrán en un círculo del bajo rendimiento económico e inestabilidad.

Cabe mencionar que en Latinoamérica las microempresas a pesar de que la componen a partir de 1 a 9 empleados, estas son generadas únicamente para un autoempleo o para la subsistencia, además, una porción de ellos se encuentran en informalidad, que cuentan con un capital humano de bajo nivel, y tienen mayores problemas para tener un conocimiento para abrirse a los nuevos mercados.

En América Latina las Mipymes formales representan el 99,5%, siendo mayoritarias las microempresas con el 88,4%, las pequeñas empresas representan el 9,6%, las medianas empresas representan el 1,5% y las grandes empresas representan el 0,5%. Estos datos se han mantenido firme durante la última década, movilizándose únicamente el incremento de pymes y una ligera disminución de microempresas (CEPAL, 2020)

Sector	Microempresa	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	80	16	3	1	100
Explotación de minas y canteras	68	23	6	3	100
Industria manufacturera	82	14	3	1	100
Suministro de electricidad, gas y agua	70	20	6	4	100
Construcción	76	19	4	1	100
Comercio al por mayor y menor	92	7	1	0	100
Hoteles y restaurantes	89	10	1	0	100
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	83	13	2	1	100
Intermediación financiera	81	14	3	2	100
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	87	10	2	0	100
Enseñanza	76	19	4	1	100
Servicios sociales y de salud	89	9	1	0	100
Otras actividades comunitarias, sociales y personales	95	4	1	0	100
Total	88,4	9,6	1,5	0,5	100

Figura 8-1: Cantidad de empresas según el sector de actividad y su tamaño (América Latina-en porcentaje)

Realizado por: CEPAL,2020.

De acuerdo a la tabla n 1 podemos inferir que el sector que mayor cantidad empresas genera son las microempresas con el 88,4%, pero cabe destacar que aquella que mayor dinamismo tiene es la actividad de comercio al por mayor y menor con un 92%, además, en gran parte de las actividades las microempresas son las que dominan el mercado, siendo así que se debe incorporar nuevas estrategias que ayuden a genera una estabilidad en el mercado a dichas empresas ya que son las dinamizadoras de la economía de los países de América Latina. En cuanto a las pymes se considera que por el nivel de vida de las empresas no hay una gran cantidad de ellas, pero son tan relevantes como las microempresas, ya que son generadoras de nuevos lugares de trabajo en comparación de las micro que estas son creadas mayormente para la subsistencia. Frente a las empresas grandes se considera que también a pesar de ser minoritarias son las que mayormente generan empleo a pesar de ser únicamente un 0,5%, y como se reflejó con la información anterior en comparación a las Mipymes a pesar de que estas son mayoritarias aportan menos al producto bruto interno, es por ello que la creación de políticas, estrategias de acceso al financiamiento son cruciales para el desarrollo de las Mipymes y alcanzar el objetivo que es una expansión.

1.6.4 Mipymes en Ecuador

Según (Carranco, 2017) “Las Mipymes son la columna vertebral de las economías nacionales. Aportan producción y empleo, garantizan una demanda sostenida, motorizan el progreso y dan a la sociedad un saludable equilibrio”. Frente a esto se puede inferir que las Pymes a lo largo del tiempo

han actuado como agentes de reactivación económica y productiva, gracias a su fuente esencial de capacidades empresariales, innovación y empleo (Cleri, 2020).

Las Mipymes son los principales impulsores del crecimiento económico en el Ecuador, siendo así uno de los activos más dinámicos del país que más crecimiento económico generan, aportando a la dinamización económica. Además, el desarrollo empresarial de estas impulsa a la creación de emprendimientos con innovación, lo cual es clave para la competitividad y reactivación económica.

De acuerdo con la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes), son sujetos económicas que particularmente están compuestas de 1 hasta los 199 trabajadores. A partir de las 842,936 unidades que existen según el INEC, el 90,64% está representada por microempresas, el 7,35% representa a pequeñas empresas, el 1,53% tiene un tamaño mediano y el 0,48% representan a las empresas grandes (Lasio & Samaniego, 2018)

En el país aún no existe un órgano regulador para las Mipymes, según la información que propicia la ley de compañías, entidad que regula las empresas en general, es por ello que los negocios informales están operando hasta la actualidad, pero se debe tomar en cuenta las etapas de los gobiernos, es decir, que políticas van creando para mantener a un pueblo con empleo y con todos los servicios para tener una vida estable.

Acorde con la (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2020) “el entorno empresarial ecuatoriano está conformado mayoritariamente por micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) con una participación del 99,51%, mientras que solo el 0,49% son grandes empresas.” Demostrando así que uno de los pilares económicos en el Ecuador son las Mipymes, ya que en el país se generan gran cantidad de emprendimientos siendo uno de los motores económicos que hace que la economía gire constantemente.

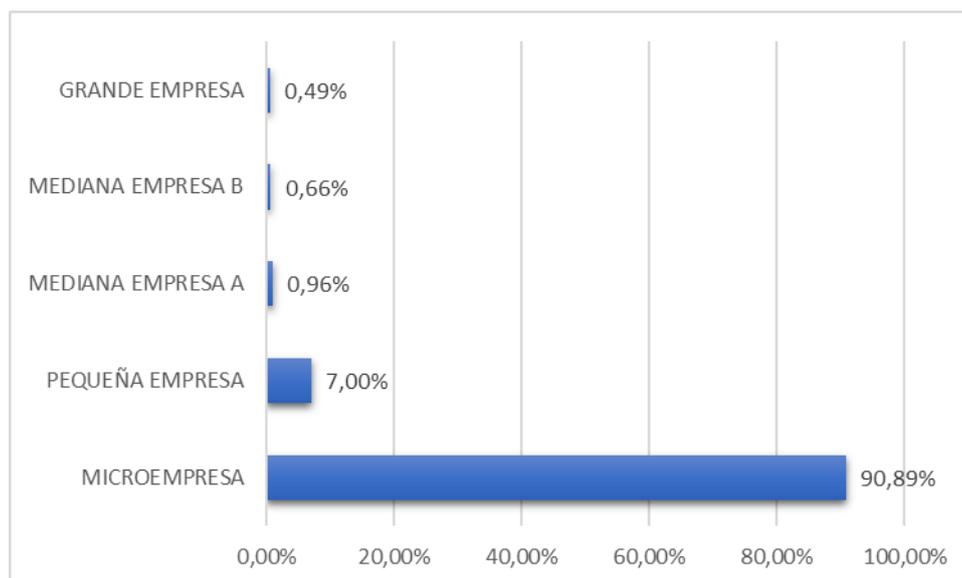


Gráfico 1-1: Participación de empresas en Ecuador

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

Generalmente las Mipymes son creadoras de empleos y competencia al insertarse en procesos productivos en cada región, incluso permite el desarrollo de las ciudades a través de una dinamización de la economía. Uno de los factores por los que destaca son por el hecho de que son empresas familiares, lo que en ocasiones representa un problema por el hecho de no permitir el ingreso de capital humano para el mejor desarrollo de estas, sin embargo, es una de las razones por las cuales no subsisten tanto en el mercado.

La creación de Mipymes en Ecuador está enmarcada por las familias, lo cual indica que son los que controlan el negocio en ámbitos políticos, sociales, culturales y económicos. Dichas empresas familiares carecen de un conocimiento mucho más amplio del mercado, reduciendo así la competitividad, provocando incertidumbre del que pasará con la empresa en el corto y largo plazo.

Dentro de los países de América latina, Ecuador cuenta con mayor proporción de pymes con el 44%, genera alrededor del 70% de empleo, y el 15,9% de las ventas. Las pymes en nuestro país aportan con más del 25% del producto bruto interno (PIB), siendo uno de los factores que mejoran los indicadores macroeconómicos y uno de los que compromete a la competencia activa, evolución, innovación y desarrollo (Carranco, 2017)

Prácticamente existe una relación total entre los indicadores macroeconómicos y las Mipymes, por el hecho de la entrada de un nuevo segmento de mercado por parte de estas, ya que aportan totalmente al desarrollo del país. Sin embargo, así como en Europa y en el resto de países de América latina, presenta problemas de financiación por parte del mercado financiero, y es debido a que a las Mipymes, en especial las micro y pequeñas empresas se las considera de alto riesgo ya que aparecen

simultáneamente y algunas perecen el corto plazo, y las deudas quedan incobrables, además, la falta de programas por parte del estado ha sido una de las desventajas que han tenido estas para su desarrollo, subsistencia, firmeza y crecimiento en el mercado.

En el país las principales provincias que promueven el comercio y negocios son prácticamente Guayas y Pichincha. Sin embargo, Guayas ha sido el epicentro que genera más actividades económicas, ya que su ubicación es parte esencial en generar comercio, agricultura y piscicultura. En 2019, tanto Guayas como Pichincha aportaron con un 54,6% en referencia al producto interno bruto (PIB), Guayas aportó con el 27,8%, mientras que Pichincha aportó con el 26,8% en las cuales se destacan actividades como el comercio, servicios públicos, construcción y actividades inmobiliarias, incluso las referencias estadísticas son similares al 2018 donde ambas provincias aportaron en un 53,3% al PIB, además, dichos sectores influyen en gran impacto al dinamismo económico, convirtiéndose en los centros de desarrollo y oportunidades (Ekos, 2021)



Gráfico 2-1: Principales actividades económicas en Ecuador

Realizado por: CEPAL, 2019.

Las principales actividades económicas en el país se destaca por el comercio, agricultura, transporte, manufactura, alojamiento y comidas, las cuales concentran el 72,35% de organizaciones, por ende, el factor que dinamiza constantemente la economía es el comercio, ya que es la principal actividad que representa el 36,13%, incluso, es la actividad que aporta y dinamiza a que la población este activa siendo una de las actividades que se genera para la subsistencia. Además, las actividades económicas se relacionan con aquellas provincias como Guayas y Pichincha que mayor aporte tienen al producto interno bruto (PIB) nacional, siendo estas las dinamizadoras económicas del país.

Las 7 principales actividades económicas que se indica en la gráfica 2 son las que promueven factores tanto macro como microeconómicos, siendo para el estado un entorno de análisis crítico para comparar, impulsar, y desarrollar estrategias que le permitan a las organizaciones ser más

competitivas, y a la vez dichas actividades económicas pueden servir como una referencia para genera nuevos indicios a impulsar otros mercados e incitar a las inversiones.

1.6.5 Mipymes en Pichincha

La provincia de Pichincha es un sector estratégico para generar y desarrollar actividades económicas, incluso es una provincia que se considera uno de los motores e impulsores económicos del país. Además, es el segundo sector en el cual se genera mayor cantidad de organizaciones con un 32% del total de empresas a nivel nacional. También es una de las provincias que es económicamente dinámica, por el hecho de que se generan continuamente negocios, llegando así en 2018 a crearse 1,669 organizaciones (Aval, 2019).

Tabla 1-1: Concentración de empresas nuevas por cantones en Pichincha (2018).

CANTÓN	PORCENTAJE	EMPRESAS CREADAS (EN UN AÑO)
QUITO	96,70%	1614
RUMIÑAHUI	1,38%	23
MEJÍA	0,84%	14
CAYAMBE	0,54%	9
PEDRO MONCAYO	0,24%	4
SAN MIGUEL DE LOS BANCOS	0,12%	2
PEDRO VICENTE MALDONADO	0,12%	2
PUERTO QUITO	0,06%	1

Fuente: SUPERCIAS, 2018.

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

En la provincia de Pichincha el promedio anual de creación de empresas a partir del año 2000 hasta el 2018 ha ido incrementando, pasando de 450 a 1600 en 18 años, demostrando así que es uno de los sectores que representa una de las principales fuerzas en el desarrollo económico a nivel provincial, incluso por su dinamismo e importancia Pichincha es un sector clave para el desarrollo nacional.

Tabla 2-1: Promedio anual de empresas nuevas en Pichincha (2000-2018)

AÑO	PROMEDIO ANUAL DE NUEVAS EMPRESAS
2000 a 2005	450
2006 a 2010	770
2011 a 2015	1300
2016 a 2018	1600

Fuente: SUPERCIAS, 2018.

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

Por otra parte, las actividades económicas que destacan en la provincia de Pichincha son el comercio, industrias manufactureras, actividades de servicio (administrativo y de apoyo), actividades profesionales (científicas y técnicas), siendo fuentes de desarrollo en el aspecto de oferta y demanda, siendo variables indispensable para generar riqueza y estabilidad en el mercado laboral, además, ayudan al crecimiento cantonal, zonal y nacional, en aspectos macro como microeconómicos, influyendo así en decisiones del estado en base a criterios financieros y fiscales.

En cuanto al nivel de ventas en el año 2019 la provincia de pichincha contribuye con un 43,70%, representando un valor de \$44,000 millones, siendo la provincia líder en marcar dicho segmento, demostrando que es un sector en el cual se puede generar inversiones a gran escala, ya que es influyente en dinamizar los diferentes tipos de actividades existentes, además, la actividad económica que más ha marcado el segmento de mayor ingresos de la provincia es el comercio con el 42,68%, seguida de las industrias manufactureras con un 20,37%, siendo las principales áreas de desarrollo que conlleva un proceso integral de sostenibilidad económica y su influencia e impacto en la comunidad (INEC, 2020).

Tabla 3-1: Ventas por actividades económicas en Pichincha (2019)

ACTIVIDADECONÓMICA	PORCENTAJE POR VENTAS
COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR, REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS	42,68%
INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	20,37%
EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	8,60%
CONSTRUCCIÓN	4,96%
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	4,60%
OTRAS ACTIVIDADES	18,77%

Fuente: SUPERCIAS, 2019.

Realizado por: Aval, 2019.

1.6.6.1 Dificultad de financiamiento de las Mipymes

Uno de los mayores retos que tiene las pymes es el acceso al financiamiento, ya que, para su consolidación en el mercado, su crecimiento y desarrollo depende de un incremento de capital, lo cual se lo puede hacer a través de una fuente de financiamiento. La banca tradicional determina que la inversión en las pymes es de alto riesgo, y esto genera que el sector financiero tradicional desvíe su inversión a empresas de mayor tamaño, representado un riesgo menor en las obligaciones pactadas.

El hecho de ser una Mipymes y el estar constituida generalmente por lazos familiares dificulta entrar en otros campos de financiamiento, como lo es el mercado bursátil. El constituir pymes familiares ocasionalmente se vuelve una barrera, ya que no permite abrirse a escuchar nuevos mecanismos de apalancamiento que ayudaran al capital de trabajo, logrando desenvolverse de mejor manera en un mercado competitivo.

1.6.6.2 Alternativas de Financiamiento

Las alternativas de financiamiento son aquellas que les permite a las empresas tener a su disposición fuentes del sector financiero que le brinden recursos económicos de manera más rápida y flexible, aperturando así oportunidades que marcan el camino del crecimiento empresarial con un entorno más seguro.

La Bolsa de valores ofrece instrumentos financieros de renta fija y renta variable, las cuales son asequibles como una fuente de deuda o de capitalización, las cuales permiten desarrollar los diversos proyectos de las empresas que buscan maximizar su valor en el mercado, generando rentabilidad del negocio y mayores beneficios.

En cuanto al crédito otorgado por el Mercado de valores resulta más eficiente y eficaz que cualquier otra fuente de financiamiento. En resumidas cuentas, se adaptan a las necesidades de financiamiento e inversión de estas empresas y sus posibilidades de pago a tasas de interés que son mayores respecto de la tasa pasiva para los inversionistas y menores que la tasa activa para los emisores, a plazos más prolongados que las que ofrece el sistema financiero tradicional. El crédito es esencial en la economía y en el proceso de convertirse en empresario, puesto que garantiza que la corriente circular se cumpla eficientemente (Pérez Manzo, Rivera Hernández, & Solís Granda, 2015).

Actualmente los programas del gobierno son uno de los más atractivos ya que tratan de generar apoyo a algunos sectores estratégicos como las pymes, reduciendo las tasas activas al 1% y exonerando los impuestos, buscando así dinamizar la economía, contribuir al empleo, dar sostenibilidad económica, al punto de que a las empresas maximicen su valor y contribuyan al desarrollo del país.

La financiación colectiva es otra apertura a la financiación. Una de ellas es el crowdfunding, que normalmente es la financiación online, en sí, esta permite conseguir desarrollar proyectos de personas naturales como jurídicas de cualquier parte del mundo, y las personas que colaboran económicamente generalmente lo hacen a través de plataformas digitales, con la finalidad de ayudar o a veces ser parte de ella; en la actualidad el crowdfunding es una de las alternativas más innovadoras en el sector financiero.

1.6.6.3 Financiamiento empresarial

El financiamiento empresarial es el acto de apalancarse o financiarse ya sea a corto o largo plazo, a través de los sectores financieros estratégicos para llevar a cabo las actividades de la entidad. En sí, el financiamiento se puede hacer de forma interna o externa permitiendo coadyuvar con mejorar el capital de trabajo de la organización facultando el desarrollo del proyecto que tiene la empresa.

Las empresas ocasionalmente se ven obligadas a cerrar sus actividades por el mismo hecho de realizar un financiamiento empresarial desmesurado originando un alto costo financiero. El control monetario, el uso coherente y la dirección oportuna del capital permitirá que la rentabilidad de las organizaciones sea estable e inclusive sea un factor determinante para la creación de valor de la empresa.

1.6.6 Mercado Financiero

El mercado financiero está constituido por diversas instituciones las cuales canalizan ofertas y demandas en diversos activos financieros, y estos son colocados en los diversos mercados que integran los diferentes agentes económicos y se efectúan transacciones para el corto como el largo plazo (Ramírez Osorio, Hoyos Walteros, & Redondo Ramírez, 2019).

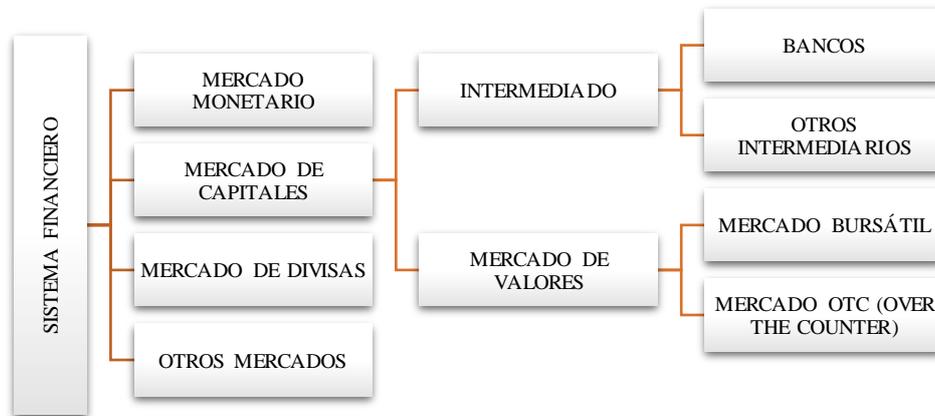


Figura 9-1: Estructura del sistema financiero

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

Los mercados financieros son determinantes para el desarrollo de las organizaciones y el crecimiento económico a nivel local, zonal, y nacional de países de cada continente. Asimismo, los agentes que participan en cada uno de los mercados deben ser transparentes en cada uno de los aspectos administrativos, jurídicos y financieros para alcanzar una estabilidad, y así prestar servicios que permitan la demanda de recursos financieros con la finalidad de promover las actividades productivas a cambio de un beneficio.

1.6.7.1 Mercado Monetario

En el mercado monetario se realizan inversiones de corto plazo, pero con alta liquidez, los títulos negociados generalmente son obligaciones de deuda, dentro de este segmento se generan dos tipos de inversión que son los depósitos a la vista y depósitos a plazo. El depósito a la vista procede a que el dinero se puede retirar con un previo aviso en 48 horas, mientras que el depósito a plazo procede a que el dinero se presta por un tiempo determinado y acordado entre las partes.

1.6.7.2 Mercado de capitales

Es un conjunto de mecanismos en la cual se genera ofertas y demandas, particularmente para financiarse o generar inversiones, ya sea a corto como a largo plazo, además es considerado un segmento financiero para el desarrollo económico de los agentes que conforman una sociedad, ya que se canalizan los ahorros de los inversionistas a generar financiamiento para los sectores productivos generando una rentabilidad a futuro asumiendo previos riesgos que genera el mercado por su volatilidad.

El mercado se caracteriza por el riesgo y liquidez, es decir mientras menor sea el nivel de liquidez de un activo financiero, por lo general la rentabilidad esperada será alta, por el hecho de que se vuelve más complicado vender dicho activo, es por ello, que la relación riesgo-beneficio se complementan al generar una inversión.

1.6.7.3 Mercado de valores

El mercado de valores es un espacio virtual o físico, en el cual participan personas naturales como jurídicas (empresas privadas como públicas) a nivel mundial, en si es un mecanismo que reúne compradores y vendedores de activos financieros. También es conocido como un mercado que se acude para la financiación, captando los ahorros de los inversionistas, los cuales percibirán un beneficio y rentabilidad en un futuro de acuerdo con el instrumento que se adquiera (Díaz, 2021).

Es un segmento financiero que tiene lugar en las Bolsas de valores, que generalmente procuran la canalización directa de los recursos financieros dirigidos a los sectores que lo necesiten (sector oferente hacia un sector productivo), a través de los diversos mecanismos de emisión y negociación de títulos valores tanto en el ámbito bursátil como extrabursátil (Echeverri, 2020).

Mercado Primario

El mercado primario es aquel donde se emiten títulos financieros de nueva creación. Generalmente las organizaciones y gobiernos son los que generan esta situación para obtener un financiamiento de forma rápida, emitiendo valores de renta fija y variable, además se denomina mercado primario por el hecho de que el instrumento financiero es ofrecido por primera vez en el mercado.

Mercado secundario

Se considera mercado secundario a las negociaciones u operaciones de los instrumentos financieros que ya han sido emitidos con posterioridad a la primera emisión.

Mercado bursátil

El mercado bursátil está conformado por agentes económicos (ofertantes - demandantes), los cuales negocian activos financieros cotizados, que se encuentren previamente inscritos en el registro del mercado de valores y en la bolsa de valores realizado por los intermediarios autorizados.

Lo que le caracteriza al mercado bursátil es que es un mercado regulado, lo cual permite que las organizaciones a nivel mundial puedan financiar los diversos proyectos a través de los diferentes instrumentos que posee el mercado, además, permite a los inversionistas generar rentabilidad o beneficios en el corto como en el largo plazo. En cuanto a la evolución del mercado se lo puede observar a través de los índices que provocan el cambio de precios en los activos financieros.

Elementos del mercado bursátil

- ❖ **Bolsa de valores:** es un mercado regulado en el cual se realizan operaciones de compraventa de acciones u obligaciones.
- ❖ **Corredores de bolsa:** son personas naturales o jurídicas que son denominados como broker o agentes de bolsa, los cuales realizan operaciones de compraventa en la bolsa de valores a favor de terceros.
- ❖ **Emisores:** son organizaciones que se encuentran legalmente constituidas y cumplen con las normativas correspondientes a la bolsa, y estas ofrecen al mercado acciones u obligaciones para poder acceder a un financiamiento para alcanzar al cumplimiento de sus proyectos o actividades.
- ❖ **Inversores:** son personas naturales o jurídicas que aportan con recursos financieros, a cambio de obtener una rentabilidad o beneficio sea en el corto o largo plazo.
- ❖ **Instituciones reguladoras:** son aquellas instituciones que están en constante movimiento para regir el correcto funcionamiento del mercado.
- ❖ **Casas de valores:** son instituciones que actúan como intermediarios, incluso aportan con el asesoramiento en las diferentes alternativas de inversión y sirven como agentes de colocación en las emisiones del mercado primario.
- ❖ **Calificadoras de riesgo:** son instituciones que se encargan de generar una calificación de emisión y de valor.
- ❖ **Administradoras de fondos y fidecomisos:** son compañías anónimas que administran fondos de una multitud de personas que trabajan con un capital mínimo, y se encargan de invertir en diferentes instrumentos financieros (BVQ, 2021)

Mercado extrabursátil

El mercado extrabursátil es el que se desarrolla fuera de la bolsa de valores, y las negociaciones se realizan entre dos partes a través de plataformas electrónicas, además, sus activos subyacentes

negociados se caracterizan por su volatilidad. También lo que lo hace diferente con el mercado bursátil es que es descentralizado, y generalmente es poco regulado.

En cuanto a los organismos que se encuentran regulados por organismos internacionales certificados son los brokers, los cuales trabajan mediante CFDs (contrato por diferencia) como las entidades financieras (bancos de inversiones - comerciales) y ROInvesting. Un contrato por diferencia es aquel es un acuerdo entre dos partes que intercambian la diferencia entre el precio de entrada y salida sobre el activo subyacente. Generalmente se hace trading con el CFDs, y al momento de operar se esta especulando acerca de la dirección futura del activo. En cuanto a las operaciones que se puede realizar con los CFDs son los derivados financieros, materia prima (metales, oro, petróleo) y Forex (pares de divisas) (AvaTrade, 2020).

Características del mercado extrabursátil

- ❖ Es totalmente descentralizado, y el único lugar de negociación es a través de plataformas digitales.
- ❖ Cada una de las operaciones son realizadas a tiempo real y el precio del momento, se caracteriza por su volatilidad.
- ❖ Permanecen abiertos las 24 horas del día.
- ❖ Es el mercado más líquido (mueve diariamente 5 billones de dólares)
- ❖ Para las operaciones, no se necesita de intermediarios
- ❖ Tienen mayor tamaño que el mercado bursátil.
- ❖ Se los conoce como over the counter (OTC).
- ❖ Diversidad de inversiones, se puede operar con acciones, índices bursátiles, commodities, criptomonedas y forex.
- ❖ Los contratos que más se operan en este mercado son: los swaps, forward, futuros, bonos, opciones y contratos por diferencia.

Comparación de indicadores de las Bolsas de valores

Tabla 4-1: Capitalización bursátil (en miles de millones de dólares)

País	2018	2019	2020
Bolivia	9.295,68	10.667,97	14.983,74
Brasil	917.543,30	1.189.216,46	1.001.372,80
Chile	253.889,32	211.428,47	188.586,53
Colombia	104.508,62	133.409,34	106.976,31
Ecuador	8.286,00	8.681,78	10.022,91
México	711.960,07	679.939,57	625.648,54
Perú	142.490,12	164.944,96	167.465,54
Argentina	279.390,75	36.049,48	31.352,53

Fuente: Federación Iberoamericana de Bolsas (FIAB), 2020.

Realizado por: FIAB,2020.

En la capitalización bursátil presentada en los periodos 2018-2020, en referencia de algunos países latinoamericanos se puede apreciar que tanto Bolivia como Ecuador son los países que menor capitalización tienen dentro de sus mercados bursátiles, sin embargo, esta situación determina que las organizaciones que participan en el mercado ecuatoriano no tienen interés, confianza o en algunos casos tienen desconocimiento del mercado de valores, siendo un factor que delimita generar un financiamiento en un mercado alternativo. En cuanto a los países que mayor capitalización bursátil tienen son Brasil, México, Chile y Colombia, con más de 100 mil millones, lo cual determina que tanto los emisores como inversionistas están más involucrados en este mercado alternativo, incluso las organizaciones tienden a hacer más competitivas incrementando así su nivel de vida en el mercado, pero sobre todo aportando con indicadores macroeconómicos como el empleo y el aporte al fisco, que ayuda al desarrollo del país en inversiones públicas para el bien común.

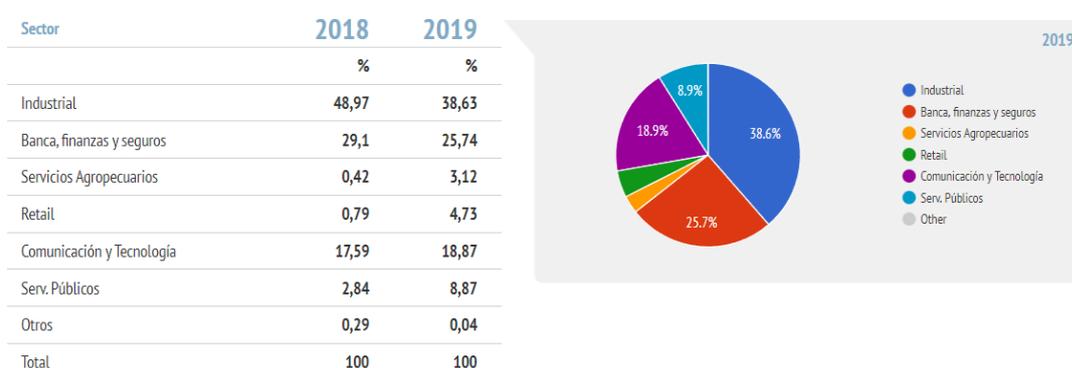


Figura 10-1: Capitalización bursátil discriminada por sectores económicos -Argentina (Bolsa de Buenos Aires 2018-2019)

Realizado por: FIAB,2020.

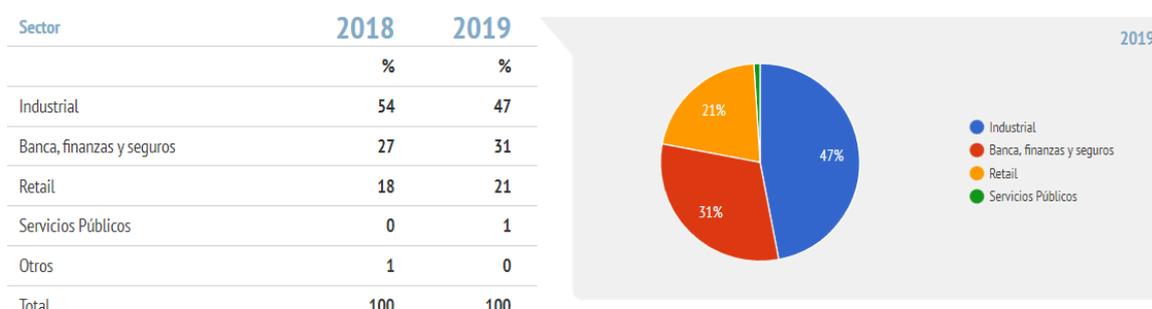


Figura 11-1: Capitalización bursátil discriminada por sectores económicos -Ecuador (Bolsa de valores de Quito 2018-2019)

Realizado por: FIAB,2020.

Sector	2018	2019
	%	%
Industrial	10	8
Mineras	5	4
Banca, finanzas y seguros	22	19
Agropecuarios	1	1
Retail	10	8
Comunicación y Tecnología	1	2
Servicios Públicos	19	16
Otros	32	42
Total	100	100

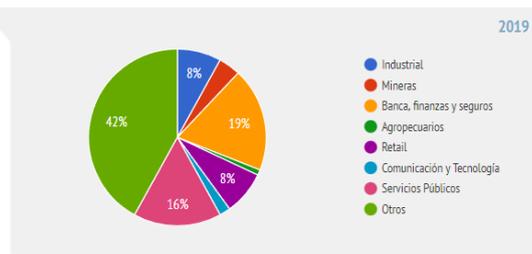


Figura 12-1: Capitalización bursátil discriminada por sectores económicos – Chile (Bolsa de Santiago 2018-2019)

Realizado por: FIAB,2020.

Sector	2018	2019
	%	%
Industrial	56	4
Mineras	0	32
Banca, finanzas y seguros	37	45
Agropecuarios	0	1
Retail	2	1
Comunicación y Tecnología	0	2
Servicios Públicos	1	14
Otros	4	1
Total	100	100

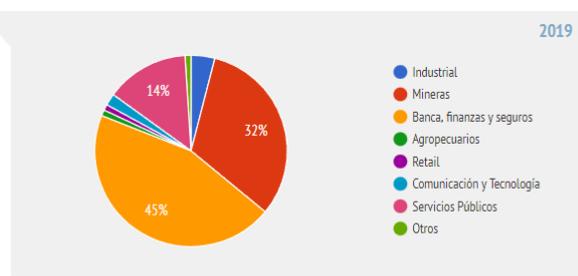


Figura 13-1: Capitalización bursátil discriminada por sectores económicos - Colombia (Bolsa de valores de Colombia 2018-2019)

Realizado por: FIAB,2020.

Sector	2018	2019
	%	%
Industrial	7	9
Mineras	10	10
Banca, finanzas y seguros	34	23
Agropecuario	35	0
Retail	4	5
Comunicaciones y Tecnología	9	10
Otros	1	43
Total	100	100

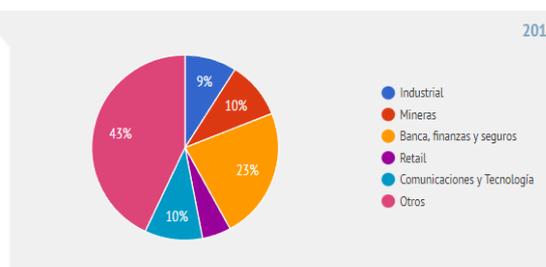


Figura 14-1: Capitalización bursátil discriminada por sectores económicos – México (Bolsa de valores mexicana 2018-2019)

Realizado por: FIAB,2020.

Sector	2019	2020
	%	%
Petroleras	38	25%
Industrial	40	45%
Bancos, Sector Financiero y Seguros	21	15%
Servicios Públicos	1	15%
Total	100	100

Figura 15-1: Capitalización bursátil discriminada por sectores económicos -Bolivia (2019-2020)

Realizado por: FIAB,2020.

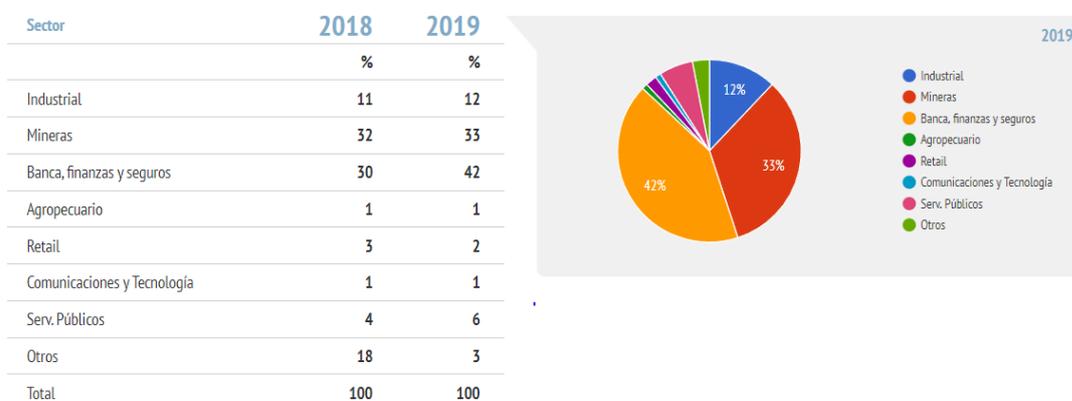


Figura 16-1: Capitalización bursátil discriminada por sectores económicos -Perú (Bolsa de valores de Lima 2019-2020)

Realizado por: FIAB,2020.

En las capitalizaciones bursátiles en el periodo 2018-2019 los de mayor impacto según el sector económico tanto la Bolsa de Argentina, Ecuador y Colombia destacan la industria, banca, finanzas y seguros con más del 30%, determinado así que estas organizaciones dominan el mercado de valores de cada país, sin embargo, esto determina que las organizaciones grandes son las que mayormente están integradas en este segmento. En cuanto a Bolivia tiene mayor concentración en el segmento petrolero e industrial con más del 25% siendo estas la base para su economía, además tienen una leve participación la banca, finanzas y seguros.

Chile, Perú y México son países que tienen mayor diversificación de inversión en los sectores económicos, ya que a pesar de tener una leve influencia en este mercado tanto el sector agropecuario,

mineras, comunicaciones y tecnologías son de gran influencia para mejorar el sector productivo e incluso permitir una expansión empresarial e influenciar en la competencia, además son de factores que influyen para que el resto de organizaciones tengan en cuenta el mercado de valores para poder financiarse o invertir en los diversos instrumentos financieros.

1.6.7.4 Mercado de valores ecuatoriano

El mercado bursátil en Ecuador está ligado con la Bolsa de Comercio que se dio a conocer en 1906, pero la misma no fue autosuficiente para incitar el desarrollo del mercado de valores. Entonces trascurrieron 29 años para que se abriera la primera Bolsa de valores en Ecuador, su sede inicial fue en el año de 1935 en la ciudad de Guayaquil y su segunda sede fue en el año de 1969 en la ciudad de Quito y en los mismos años se les autorizó el establecimiento como Bolsas de Valores, y hasta la actualidad son las dos únicas sedes en la cual se realizan operaciones de rentas fijas y variables. Además, dichas escrituras fueron inscritas prácticamente el 30 de septiembre de 1969 en el Registro Mercantil (SUPERCIAS, 2016).

Ecuador no es ajeno a la realidad del mercado de valores y sus negociaciones de títulos valores, incluso para adquirir financiamiento se ha valido por títulos que se han negociado en el mercado bursátil como extrabursátil. Sin embargo, en nuestro país el mercado no ha sido plenamente desarrollado, y se debe a la escasa apertura de emitir acciones por parte de las organizaciones o negociar en la bolsa, generando así una desigualdad social, lo que indica que la concentración de riqueza se acumula en un grupo minorista de la sociedad.

Órganos de control

Consejo Nacional de valores

El consejo nacional de valores es el ente que genera políticas y regula el mercado de valores, además se encuentra adscrito a la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, incluso dentro de sus atribuciones es la encargada de impulsar el mercado.

Superintendencia de Compañías

La superintendencia de compañías es aquella institución que ejecuta las políticas aplicadas al mercado de valores y controla la prácticamente a los participantes del mercado para generar un ambiente de transparencia para todo inversionista. También se encarga de sancionar a las entidades por el incumplimiento de ley de mercado, y es encargada de autorizar el funcionamiento de casas de valores, bolsa de valores, calificadoras de riesgo.

Bolsa de valores

La bolsa de valores es parte de un órgano de control, por el hecho de que se autorregula y genera reglamentos internos para los agentes implicados e impone sanciones que están dentro de su

competencia, incluso vela por las negociaciones de forma justa, transparente y un precio justo para los implicados.

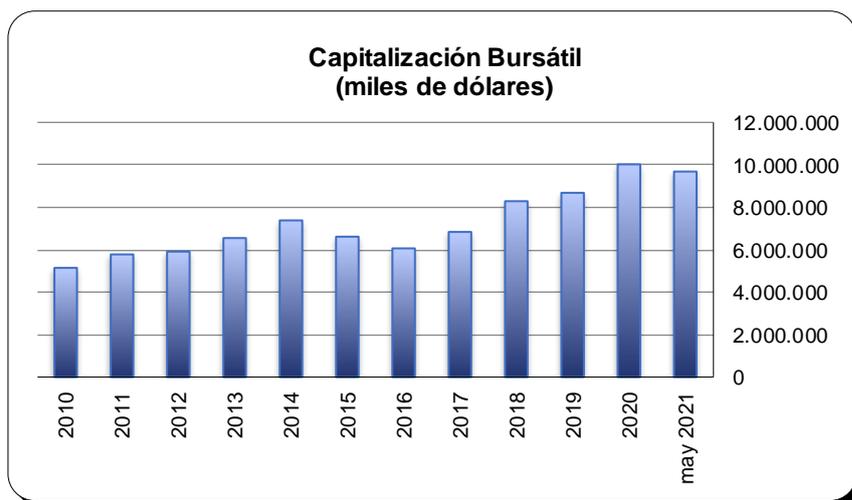
Tabla 5-1: Capitalización a nivel nacional

AÑO	Capitalización Bursátil (miles de millones de dólares)	Tasa de Crecimiento
2010	5.144.256	20%
2011	5.778.988	12%
2012	5.911.084	2%
2013	6.549.337	11%
2014	7.382.388	13%
2015	6.614.515	-10%
2016	6.064.532	-8%
2017	6.837.885	13%
2018	8.286.421	21%
2019	8.681.843	5%
2020	10.022.909	23%
may 2021	9.683.866	-3%

Fuente: Bolsa de valores de Quito (BVQ), 2021.

Realizado por: BVQ,2021.

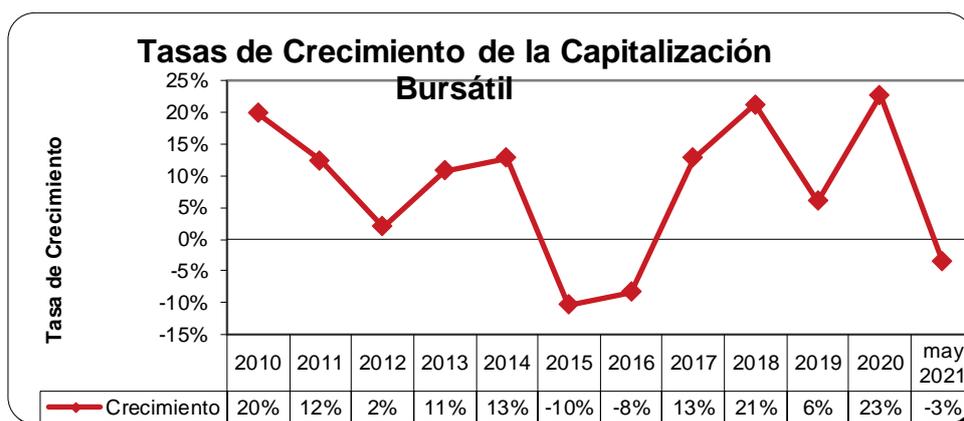
Tabla 6-1: Capitalización Bursátil



Fuente: Bolsa de valores de Quito (BVQ), 2021.

Realizado por: BVQ,2021.

Tabla 7-1: Tasa de crecimiento de la capitalización bursátil



Fuente: Bolsa de valores de Quito (BVQ), 2021.

Realizado por: BVQ,2021.

A partir del 2010 la tasa de crecimiento de la capitalización bursátil ha sido totalmente desequilibrada, siendo el año 2010, 2018 y 2020 los años que más han crecido, sin embargo, la caída más abrupta que ha tenido la bolsa ecuatoriana es en 2015 con una capitalización de 6.000 millones representando el -10% en base a los años anteriores. Es considerable que en a finales de 2019 y la mitad de 2020 se haya tenido un crecimiento bursátil tomando en cuenta la crisis sanitaria que se produjo, sin embargo esto demuestra que existió un incremento de organizaciones que tomaron la oportunidad de ingresar en este segmento, pero a medida de la crisis por covid-19, en el periodo 2021 se produjo otra caída, indicado así que los únicos sectores favorecidos fueron las organizaciones de alimentos, servicios y farmacéuticas, que generalmente son empresas de tamaño grande permitiéndoles crecer en el mercado y reduciendo la competencia de las Mipymes que en momentos críticos no podían acceder a un financiamiento por el riesgo que presentan.

Tabla 8-1: Emisores del sector privado a nivel nacional

Total emisores inscritos a nivel nacional	332
Pymes	97
Grandes	195
Sector financiero	40

Fuente: Bolsa de valores de Quito (BVQ), 2018.

Realizado por: BVQ,2018.

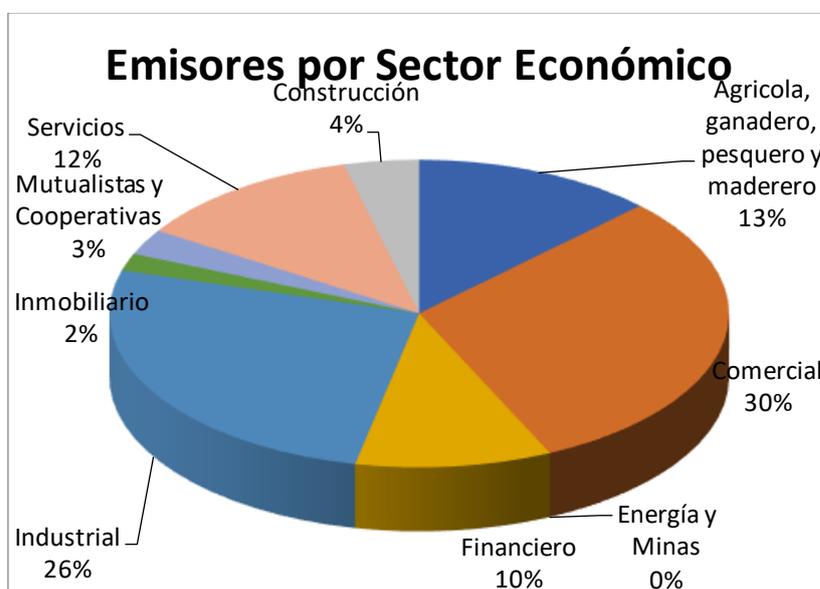
Tabla 9-1: Entidades por sector económico

Sector	Numero Emisores
Agrícola, ganadero, pesquero y maderero	42
Comercial	101
Energía y Minas	0
Financiero	34
Industrial	87
Inmobiliario	6
Mutualistas y Cooperativas	9
Servicios	40
Construcción	13
TOTAL	332

Fuente: Bolsa de valores de Quito (BVQ), 2018.

Realizado por: BVQ,2018.

Tabla 10-1: Emisor por sector económico



Fuente: Bolsa de valores de Quito (BVQ), 2018.

Realizado por: BVQ,2018

Contamos con 332 emisores a nivel nacional y con 79 emisores de titularización, fondos y fidecomisos, sin embargo, para la distribución de sectores económicos se ha tomado en cuenta únicamente a los 332 emisores, por ello el sector económico que mayor representación tiene en el mercado de valores es el sector comercial con un 30% e industrial con una participación del 26%, además cabe recalcar que otros de los sectores relevantes para el desarrollo de la economía del país como lo es el sector Agrícola, ganadero, pesquero y maderero tienen una participación del 13% al

igual que la de las instituciones financieras, asimismo dentro del sector de servicios también implican su participación, siendo uno de los sectores que también influyen en dicho mercado. En cuanto al sector que mayor participación tiene en la bolsa de valores es el sector comercial, sin embargo, hay que determinar qué proporción de participación tiene las pymes, en relación con las grandes empresas comerciales, ya que el enfoque que se tiene es a que las pymes ingresen en el mercado de valores para obtener financiamientos para el desarrollo de las actividades productivas.

Tabla 11-1: Total emisores inscritos por provincia

Emisor	Provincia
Pichincha	102
Guayas	177
Manabí	11
Tungurahua	8
Azuay	14
Santo Domingo	3
Cotopaxi	3
El Oro	1
Loja	4
Los Ríos	3
Imbabura	3
Galápagos	1
Carchi	1
Chimborazo	1
TOTAL	332

Fuente: Bolsa de valores de Quito (BVQ), 2018.

Realizado por: BVQ,2018.

Tabla 12-1: Pymes en el mercado bursátil

Sector	
Comercial	26
Industrial	16
AGMP*	25
Servicios	19
Inmobiliario	3
Construcción	5
Financiero	3
Energía y Minas	0
Total	97

Fuente: Bolsa de valores de Quito (BVQ), 2018.

Realizado por: BVQ,2018.

Tabla 13-1: Pymes a nivel provincial

Provincia	
Pichincha	21
Guayas	67
Galápagos	0
Tungurahua	2
Los Ríos	2
Santo Domingo	0
Cotopaxi	0
Azuay	2
Manabí	3
Total	97

Fuente: Bolsa de valores de Quito (BVQ), 2018.

Realizado por: BVQ,2018.

En base a los emisores inscritos por provincia, el que cuenta con más emisores es Guayas con 177, seguido de Pichincha con 102, siendo las mayores participantes en la bolsa de valores, asimismo el resto de las provincias tienen una leve participación lo cual indica un interés bajo en este mercado alternativo para financiarse e invertir, o su participación es baja debido a que el tamaño de la organización no permite el ingreso a dicho mercado financiero.

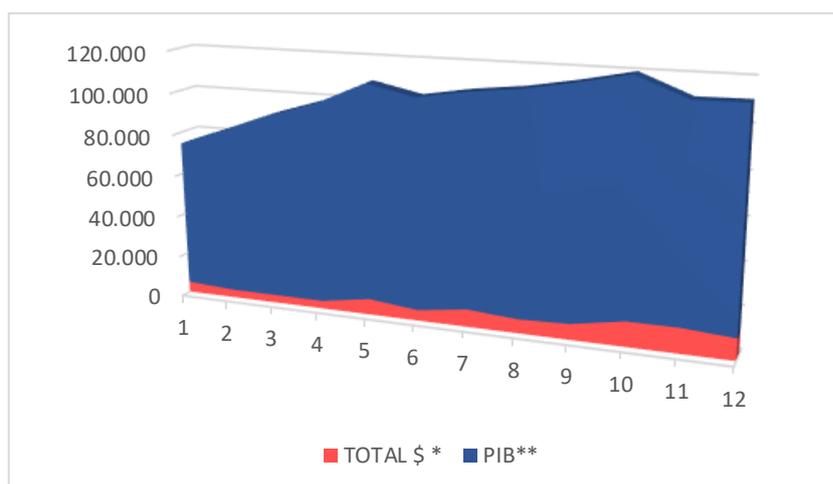
El segundo aspecto es resaltar la participación de pymes en la bolsa de valores por provincias y sectores económicos, siendo que el sector de mayor participación son el comercial, industrial, AGMP y servicios. De este modo se observa una mayor participación por provincia en Pichincha con 21 emisores que representa el 22% y Guayas con 67 respectivamente representado un 69%, determinando que las empresas grandes tienen mayor oportunidad de ingresar al mercado de valores, pero es debido al nivel de confianza, rentabilidad y seguridad que generan las organizaciones, y eso debilita el ingreso de las pymes ya que no siempre son estables en el mercado.

Tabla 14-1: Montos negociados en referencia al PIB

MONTOS BURSATILES NACIONALES NEGOCIADOS				
(MILLONES DE DÓLARES)				
AÑOS	TOTAL \$ *	T. CREC.	PIB**	TOTAL NEGOCIADO / PIB (%)
2010	5.106	-21%	69.555	7,34%
2011	3.768	-26%	79.277	4,75%
2012	3.753	0%	87.925	4,27%
2013	3.721	-1%	95.130	3,91%
2014	7.544	103%	101.726	7,42%
2015	5.047	-33%	99.290	5,08%
2016 (sd)	8.336	65%	99.938	8,34%
2017 (p)	6.617	-21%	104.296	6,34%
2018 (p)	7.475	13%	107.562	6,95%
2019 (p)	11.797	58%	108.108	10,91%
2020 (p)	11.888	1%	98.809	12,03%
ene 21 - ago 21	10.195	-14%	100.816	10,11%

Fuente: Bolsa de valores de Quito (BVQ), 2021.

Realizado por: BVQ,2021.



Fuente: Bolsa de valores de Quito (BVQ), 2021.

Realizado por: BVQ,2021.

El monto negociado en la bolsa de valores en relación al producto interno bruto (PIB), en el año 2013 como referencia más baja con un 3,91%, sin embargo esta relación ha ido creciendo en el transcurso de los años, y tenemos como referencia el año 2019 y 2020 pasando del 10,91% al 12,03% en relación al producto interno bruto, lo que demuestra que este incremento es relevante, ya que indica que la bolsa de valores de apoco se convierte en un referente para poder invertir o financiarse, demostrando que ayuda a generar mayor actividad productiva, mejora la competitividad y las organizaciones pueden alcanzar a expandirse procreado así nuevos lugares de trabajo.

1.6.7.5 Bolsa de valores de Quito

El presente trabajo de titulación tiene como enfoque a las organizaciones de comercio en Pichincha, por ende, se ha tomado en cuenta a la Bolsa de valores de Quito por el tipo de espacio.

Referencias históricas

1831: se autoriza poner en vigencia en Ecuador el código de comercio de España de 1829.

1882: entra en vigor el primer código de comercio ecuatoriano, el cual hace referencia a la bolsa de comercio.

1884: en Guayaquil se crea la primera bolsa de comercio.

1935: se crea la primera bolsa de valores en la ciudad de Guayaquil.

1953: se establece la comisión de valores.

1969: se establece la segunda bolsa de valores en Quito y se establece la segunda escritura a la bolsa de Guayaquil.

1995: la BVQ firma con Chicago stock Exchange un convenio para adaptar el sistema electrónico de negociación.

2005: la BVQ firma con la bolsa de Madrid un convenio para adaptar el sistema de negociación SIBE.

2016: la BVQ termina el proceso de transformación de la corporación civil a BVQ S.A, con la inscripción en el registro mercantil

Casas de valores

Las casas de valores son compañías anónimas, las cuales intervienen en el mercado bursátil, gestionando la compra y venta de valores, su función es la de ser intermediarios.

Tabla 15-1: Casas de valores en la BVQ

CASA DE VALORES	MONTO ANUALIZADO
PICAVAL CASA DE VALORES	782.142.567,68
SILVERCROSS SA CASA DE VALORES	544.860.895,98
MERCAPITAL CASA DE VALORES	374.160.671,12
VALPACIFICO S A	201.263.570,70
ECUABURSATIL CASA DE VALORES SA	178.762.520,07
METROVALORES CASA DE VALORES SA	143.546.633,99
VALUE S.A	136.506.044,50
VECTOR GLOBAL WMG	126.749.660,28
PLUSVALORES CASA DE VALORES	123.064.473,39
ASESOVAL CASA DE VALORES SA	90.695.709,40
ANALYTICA SECURITIES CASA DE VALORES	89.247.535,34
PLUSBURSATIL CASA DE VALORES S.A.	88.113.764,78
ACTIVA CASA DE VALORES SA	53.037.885,72
ADVFIN S.A. CASA DE VALORES	51.550.906,79
ATLANTIDA CASA DE VALORES SA	41.506.219,93
ORION CASA DE VALORES SA	36.374.051,13
MASVALORES CASA DE VALORES SA	34.037.138,17
SANTA FE CASA DE VALORES S.A.	29.806.698,09
SUCAVAL S.A.	26.542.087,99
KAPITAL ONE CASA DE VALORES S.A. KAOVALSA	24.715.816,33
ACCIVAL S.A.	21.510.814,37
MERCHANTVALORES	21.208.951,55
BANRIO CASA DE VALORES	19.936.416,98
CASA DE VALORES SMARTCAPITAL SA	13.044.024,44
REAL CASA DE VALORES CASA REAL	11.293.366,19
PORTAFOLIO S.A.	5.570.270,90
ALBION CASA DE VALORES	4.168.998,15
CASA DE VALORES FUTUROCAPITAL SA	2.700.758,75
FIDUVALOR S.A.	1.393.274,10
R&H ASOCIADOS CASA DE VALORES R&HVAL S.A.	340.825,23
PROBROKERS S.A. CASA DE VALORES	256.071,16
VENTURA CASA DE VALORES VENCASA S.A.	684,00

Fuente: BVQ,2021.

Realizado por: Bolsa de valores de Quito, 2021.

Negociaciones en la Bolsa de valores

Renta fija

Los activos financieros de renta fija son valores negociables que emiten tanto instituciones privadas como públicas, en donde el emisor se compromete a pagar un rendimiento a cambio de un valor fijado por el comprador, es decir que se busca captar fondos a cambio de un beneficio en un tiempo

establecido, sin embargo, se debe tener en cuenta que son inversiones de bajo riesgo y prácticamente son para inversores conservadores.

Clases de renta fija

Valores de corto plazo con tasa de interés: son valores de corto plazo con una tasa de interés cuya vigencia es de uno a treientos sesenta días y dentro de ellas tenemos las siguientes:

Tabla 16-1: Títulos valores de corto plazo

TÍTULO VALOR	REFERENCIA	AMORTIZAC IÓN	GARANTÍA
Pólizas de acumulación	Hace relación a una inversión a plazo fijo, con una tasa fija, y dichos títulos son emitidos por instituciones financieras (bancos, cooperativas, mutualistas) en papel de seguridad (30-360 días).	Al vencimiento	-----
Papel comercial	Es una obligación con plazo inferior a los 360 días, y su rendimiento es pactado de forma fija o con descuento.	Al vencimiento	-----
Pagaré	Título que contrae una obligación de pago en una fecha determinada, además, su tasa de interés es fija o reajutable de acuerdo con lo acordado. Los que emiten este título son bancos, cooperativas, organizaciones que tienen una actividad económica.	Al vencimiento	-----
Certificado financiero-ahorro	Producto financiero en el que tanto personas naturales como jurídicas son participes en las instituciones financieras a través de recepción de depósitos a plazos y con un interés acordado.	Al vencimiento	-----
Certificado de inversión	Es un título basado en la recepción de capital por parte de las organizaciones, y las negociaciones en base a su rendimiento se pacta a través de un contrato, incluso su tasa de interés es reajutable	Al vencimiento	-----
Certificado de depósitos	Es un título similar al certificado financiero, sin embargo, hace más relación con un enfoque monetario, es decir que implica colocar fondos líquidos en una cuenta de ahorro por un tiempo acordado, un rendimiento fijado a través de un contrato con penalidades.	Al vencimiento	-----

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

Valores de corto plazo con descuento

Tabla 17-1: Títulos valores de corto plazo con descuento

TÍTULO VALOR	REFERENCIA	AMORTIZACIÓN	GARANTÍA
Cartas de crédito domestica	es un instrumento que se maneja entre entidades y beneficiarios que se encuentran en el mismo país, además participa una institución del exterior la cual actúa como intermediario, incluso es un medio para financiarse económicamente como con mercancía y se debe cumplir estrictamente tanto con las condiciones como términos estipuladas en el contrato.	Al vencimiento	----- -
Aportaciones bancarias	es considerado como una letra de cambio que realizan empresas a su orden, es decir que las instituciones financieras aceptan dicho documento para generar el financiamiento respectivo.	Al vencimiento	----- -
Letras de cambio	es un título el cual tiene una orden estrictamente de cumplimiento de un pago y rendimiento pactado a su vencimiento en un espacio determinado por las partes.	Al vencimiento	----- -
Cupones o bonos	Son títulos de deuda y prácticamente son un medio para poder acceder a un financiamiento sin exponer el patrimonio de la organización, es decir que una vez se cumpla con la obligación termina su relación, además los que emiten este tipo de títulos son organizaciones públicas como privadas e incluso son las encargadas de fijar su rendimiento, dichos recursos se emplea para proyectos, compra de maquinarias o expansión de la organización.	Fijado por emisor	----- -
Certificados de tesorería	Prácticamente son títulos emitidos por el estado a través del Ministerio de Finanzas para obtener recursos y financiar necesidades de la caja fiscal.	Fijado por emisor	----- -

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

Valores del largo plazo

Tabla 18-1: Títulos valores de largo plazo

TÍTULO VALOR	REFERENCIA	AMORTIZACIÓN	GARANTÍA
Bonos del estado	Es una obligación que genera el estado para obtener financiamiento, además la tasa fijada es de acuerdo con las condiciones económicas del país.	*Por cupones *Al vencimiento	-----
Obligaciones	Figura la emisión de deuda que tiene la organización, sin embargo, la tasa lo impone el inversor de acuerdo con un previo análisis de las condiciones económicas de la entidad, y los recursos captados generalmente son para financiar actividades productivas.	*Por cupones *Al vencimiento	
Cédulas hipotecarias	son títulos emitidos por instituciones financieras para poder financiarse y captar liquidez, incluso su tasa se paga periódica pactada y su reembolso es determinado a través de otro pago de préstamo seguro generalmente de inmobiliarias.	*Forma periódica	*Préstamos hipotecarios ya otorgados.

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

Otros valores

Notas de crédito

Las notas de crédito son negociadas en la Bolsa de valores, pero no tienen una tasa de interés y no tienen una fecha de vencimiento, generalmente son emitidas por el Servicio de Rentas Internas (SRI), que sirven para las operaciones tributarias (devolución de tributos), además la nota de crédito negociada sirve para pagar los mismos impuestos de la persona jurídica, o en el caso de requerir liquidez se la negocia nuevamente en bolsa (Montenegro & Silva, 2013)

Renta variable

La renta variable es un segmento de inversión en la cual tanto la rentabilidad como la devolución de capital es incierto, es decir que tiene un alto nivel de riesgo, además, la forma de obtener beneficios depende de los resultados de las organizaciones (emisor) que están en bolsa.

Tabla 19-1: Títulos de renta variable

TÍTULO VALOR	REFERENCIA	AMORTIZACIÓN	GARANTÍA
Acciones	Son fracciones idénticas en la que se divide el capital de una empresa, además estas dependen del resultado anual para obtener mayores beneficios o generar pérdidas. Las acciones se las puede adquirir y vender en el momento que se desee.	Libre determinación	-----
Fondos de inversión	Instrumento que acumula capital para invertir en activos financieros siendo su mayor atracción acciones y bonos, incluso la evolución del fondo dependerá de cada uno de los activos que maneja.		-----
Bonos	Es una obligación que genera se genera para obtener financiamiento por parte de corporaciones como la del estado, incluso son los que fijan la tasa de rendimiento.	Por cupones Al vencimiento	-----
Derivados	Se caracterizan ya que se derivan de otros activos financieros y se relacionan con productos financieros (tasas de interés, tipos de cambio de moneda), incluso pueden estar relacionados con bienes como el petróleo, oro, etc.	*Al vencimiento *Libre determinación	-----
Notas estructuradas	es una alternativa de inversión combinada generada en una sola, incluso cuenta con protección del capital parcial o total, permitiéndole observar los escenarios posibles a los cuales se va a enfrentar.	*Al vencimiento *Libre determinación	-----

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

Capitalización de la Bolsa de valores de Quito

Sector	2018	2019
	%	%
Industrial	54	47
Banca, finanzas y seguros	27	31
Retail	18	21
Servicios Públicos	0	1
Otros	1	0
Total	100	100

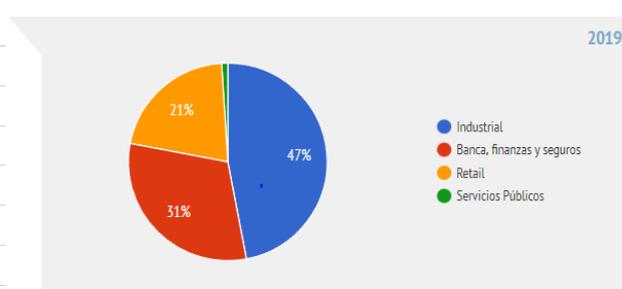


Gráfico 3-1: Sectores insertados en la BVQ

Realizado por: FIAB, 2020.

1.7 Marco Conceptual

Bolsa de valores

La Bolsa de Valores es un mercado, es decir, el lugar físico de encuentro e intercambio entre oferentes y demandantes de capitales de corto o largo plazos, de renta fija y renta variable, principalmente acciones y obligaciones (Banco Central del Ecuador, s.f.).

Instrumentos financieros

Un instrumento financiero es un contrato entre dos partes, que da lugar a un activo financiero para una de las partes y a un pasivo financiero para la otra parte. (López Abellán, 2019)

Renta fija

Rendimiento de un título o valor cuyo importe no depende de los resultados de la empresa, sino que está determinado de antemano. Por extensión, se aplica a denominar todo título o valor de esas características. (BBVA S.A, 2016)

Renta variable

Valores en los que la renta esperada es incierta pues depende de los resultados financieros de la empresa o se afecta según se modifiquen las condiciones del mercado. (SUPERCIAS, s.f.)

Medios de difusión

Los medios de difusión (radio, cine, prensa, televisión) son medios unidireccionales que se complementan con las tecnologías de comunicación información. (Internet, computación, celulares) y forman una red de información y comunicación en la que están inmersos sobre todo los niños y los jóvenes. (Escobar, 2007)

Capital de trabajo

El capital de trabajo es la cantidad necesaria de recursos para una empresa o institución financiera para realizar sus operaciones con normalidad. Es decir, los activos para que una compañía, sea capaz de hacer sus funciones y actividades a corto plazo. (Konfío, 2018)

Capitalización

La capitalización se refiere al aumento del capital durante un período de tiempo determinado. Las inversiones financieras se actualizan mediante una tasa de interés, que puede ser mensual, anual, etc. El interés se calcula teniendo en cuenta un determinado capital. El hecho de adicionar el interés corrido hasta la fecha, al capital, se denomina capitalización. (Zona económica, s.f.)

Instrumentos financieros

Cualquier contrato que origina el nacimiento de un activo financiero para una entidad y el nacimiento de un pasivo financiero o un instrumento de capital para la otra entidad. Los instrumentos financieros incluyen de esta forma todos los activos y pasivos financieros que estén titularizados o no, así como todos sus derivados, cuyos activos subyacentes pueden ser divisas, metales preciosos y otros. (Mattatall, s.f.)

Financiamiento

Forma utilizada por una sociedad para conseguir el dinero necesario para acometer sus inversiones o cubrir todos sus gastos, ya sean derivados de la actividad ordinaria de la empresa o de algún hecho extraordinario. (BBVA S.A, 2016)

Recursos ajenos

Financiación de una empresa recibida de terceros. Según el plazo de exigibilidad, se clasifican en deudas a corto plazo (las que deberán ser atendidas en menos de un año) y deudas a medio y largo plazo (más de doce meses). (BBVA S.A, 2016)

Recursos propios

Son los aportados por los propietarios o accionistas, los generados por la actividad de la empresa que no han sido repartidos y los aportados por terceros sin exigencia de devolución. En términos contables, comprenden el capital social, las reservas, los resultados pendientes de aplicación y las subvenciones en capital no reintegrables. (BBVA S.A, 2016)

Rentabilidad

La rentabilidad es una medida del beneficio. Se utiliza para determinar si un negocio está produciendo suficientes beneficios para sostenerse y crecer o, por el contrario, está arrojando pérdidas. (Control Group, 2019)

Riesgo

Desde un punto de vista financiero, el riesgo significa incertidumbre sobre la evolución de un activo, e indica la posibilidad de que una inversión ofrezca un rendimiento distinto del esperado (tanto a favor como en contra del inversor). (SUPERCIAS, s.f.)

CAPÍTULO II

2 MARCO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque de la investigación

En la presente investigación se empleará un enfoque mixto, es decir que se utilizará la variable cuantitativa y cualitativa. Utilizaremos la variable cuantitativa ya que se enfocará en datos estadísticos del uso del mercado bursátil con relación a las Mipymes. Además, en el enfoque cualitativo se desarrollará un análisis subjetivo en base a los artículos e investigaciones relacionadas con el segmento mencionado sin perder lógica y coherencia, también se expondrá cada una de las características o cualidades de los distintos medios de difusión en base a los mecanismos e instrumentos que debería manejar la Bolsa de valores.

2.2 Nivel de investigación

Durante la investigación del trabajo se utilizará la investigación descriptiva, exploratoria y explicativa.

2.2.1 Investigación Descriptiva

En el desarrollo de la presente investigación se utilizará un método descriptivo, en la cual se recopilará información en base a la Bolsa de valores, para determinar cada una de las variables más significativas como los instrumentos que maneja la misma, además, se impartirán las fuentes de financiamiento tradicionales que usan las Pymes.

2.2.2. Investigación Explicativa

A través de la investigación se explicará, los medios de difusión en base a las tecnología de comunicación e información más relevantes, que impactarán a las Mipymes del sector comercial, con el objetivo de promover los mecanismos e instrumentos que maneja la Bolsa de valores.

2.3. Tipo de estudio

2.3.1. Bibliografía-Documental

En esta investigación se utiliza el tipo de estudio bibliográfica-documental, ya que está basado en artículos científicos, libros, y documentos del sitio web, por lo cual son una base para desarrollar tanto el marco teórico como el marco referencial, y también son una guía para el resto de la

investigación, con la finalidad de conocer, deducir, precisar, profundizar, y analizar los distintos enfoques que tienen autores en referencia al tema estudiado.

2.4. Métodos, técnicas, e instrumentos de investigación

2.4.1. Método inductivo

La vigente investigación, trabajará con datos estadísticos y en base a una serie de situaciones que afectan directamente a la participación de las Mipymes con el mercado bursátil, además, se procederá a realizar una serie de observaciones, análisis y conclusiones generales para determinar el alcance que tiene las pymes con el mercado de capitales.

2.4.2. Método analítico

Se empleará un método analítico debido al análisis riguroso de observación en base a las estadísticas, y en base a los factores que afectan a las pymes al ingreso del mercado bursátil, analizando variables como la de causas y efectos que contendría el participar en la bolsa de valores.

2.5. Técnicas

2.5.1. Encuesta

La encuesta es una técnica que se lleva a cabo a través de un cuestionario direccionada a una muestra de individuos, además, permite obtener los diferentes criterios, opiniones, comportamientos u actitudes de cierto tema en específico.

En la investigación se utilizará la encuesta como técnicas de estudio direccionado a las Mipymes, ya que nos ayudará a obtener información que respalde la investigación, y posteriormente nos servirá para la elaboración de datos estadísticos, obteniendo así resultados que nos ayuden a conocer la situación actual.

2.6. Instrumentos

2.6.1. Cuestionario

Es un instrumento que permite recolectar información y datos estadísticos para generar tabulaciones, descripciones, clasificaciones y originar análisis en un estudio de investigación a partir de preguntas, las cuales van a ayudar a generar posibles estrategias a futuro. Se ha planteado preguntas cerradas dicotómicas, de múltiple selección y de escala, que ha permitido que la recopilación de la información sirva como base para el cumplimiento de los objetivos investigativos.

2.7. Población y muestra

La población es el conjunto de elementos que se pretende investigar, dichos elementos pueden ser acontecimientos, objetos o grupo de personas (López, 2019).

En la presente investigación, se trabaja con una población finita, la cual hace referencia a un número de empresas específicas. Se ha tomado como población al número de microempresas, pequeñas y medianas empresas del sector comercial de la provincia de Pichincha del periodo 2019, con un total 65,107 (57942 + 5557+908+700) en base a los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Tabla 1-2: Participación de empresas comerciales en Pichincha

Número de empresas			
Provincia: Pichincha			
Sector: Comercio			
	2017	2018	2019
Total	68,551	67,585	65,654
Microempresa	60,277	59,489	57,942
Pequeña empresa	6,165	5,915	5,557
Mediana empresa A	931	956	908
Mediana empresa B	679	713	700
Grande empresa	499	512	527

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021

2.7.1. Muestra

La muestra es el subconjunto de datos que hacen parte de una población de datos específicos en una investigación, con la intención de simbolizar los aspectos de dicha población (López, Muestra estadística, 2018)

En la presente investigación, se utilizará una muestra no probabilística, ya que no todos los elementos tendrán la posibilidad de ser elegidos para el estudio respectivo.

Tabla 2-2: Cálculo de la Muestra

Detalle	Equivalente
N: Tamaño de la población	65,107
Z: Nivel de confianza	95%=1,96
p: Variabilidad positiva	0,5
q: Variabilidad negativa	0,5
E: error	0,06
n: Tamaño de la muestra	266

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

$$n = \frac{Z^2 pq N}{NE^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 65,107}{(65,107 * 0,06^2) + ((1,96^2) * 0,5 * 0,5)}$$

$$n = 265,6891$$

$$n = 266$$

2.8. Interrogante de estudio

2.8.1. Idea a defender

¿De qué manera influirá el planteamiento de estrategias para difundir e incrementar la participación de las Mipymes del sector comercial en la Bolsa de valores provincia de Pichincha?

2.8.2. Variables

2.8.2.1. Independiente

Planteamiento de estrategias

2.8.2.2. Dependiente

Bolsa de valores - Mipymes (crecimiento empresarial)

CAPITULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.1. Resultados

Encuesta aplicada a las Mipymes de Pichincha

1. ¿Cuál de estas instituciones financieras conoce usted? (Puede marcar más de una opción)

Tabla 1-3: Nivel de conocimiento de las instituciones financieras

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
BANCOS	266	100,00%
COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO	266	100,00%
BOLSA DE VALORES	23	8,65%
FONDOS DE INVERSIÓN	4	1,50%

Fuente: Encuesta a las Mipymes, 2021.

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.



Gráfico 1-3: Nivel de conocimiento de las instituciones financieras

Realizado por: León, J.; Morocho, D. 2021

Análisis: En base a los resultados obtenidos mediante las encuestas, se refleja que el 100% de las organizaciones conocen las instituciones financieras como los Bancos y Cooperativas de crédito y

ahorro, sin embargo, solamente el 8,65% tiene conocimiento acerca de la Bolsa de valores, y únicamente el 1,50% tiene un conocimiento de los fondos de inversión.

Interpretación

Las organizaciones tienen mayor conocimiento acerca de las bancas tradicionales, demuestran que la mentalidad está centrada y grabada de que los Bancos y Cooperativas son las únicas instituciones financieras que pueden brindar un aporte de tener un financiamiento, sin embargo, es la razón por la cual únicamente existe un 8,50% del conocimiento de la Bolsa de valores en comparación de las dos instituciones financieras, por ello es indispensable generar vías de información para generar una introducción del mercado bursátil.

2. ¿Cuál de estos sistemas financieros le genera más confianza para invertir o financiarse? (Puede marcar más de una opción)

Tabla 2-3: Nivel de confianza de las instituciones financieras

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
BANCOS	266	100,00%
COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO	176	66,17%
BOLSA DE VALORES	6	2,26%
FONDOS DE INVERSIÓN	0	0,00%

Fuente: Encuesta a Mipymes, 2021.

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.



Gráfico 2-3: Nivel de confianza de las instituciones financieras

Realizado por: León, J.; Morocho, D. 2021

Análisis: De acuerdo con los resultados obtenidos, se refleja aquellas instituciones que más confianza le generan a los usuarios jurídicos, en el cual los Bancos representa el 100% de confiabilidad, seguido de las Cooperativas de ahorro y crédito con el 66,17%, además, solo seis entes jurídicos dieron su voto de credulidad a la Bolsa de valores representando el 2,26%, mientras que los fondos de inversión no generan confianza.

Interpretación

El voto de credulidad que tienen los usuarios son a la banca tradicional, anteponiendo a los bancos como su mayor atracción, a pesar de que se manejan con tasas activas, por el contrario, el mercado bursátil genera una mínima proporción de confianza, pero se debe al hecho de que no tienen conocimiento de su funcionamiento, políticas, instrumentos y mecanismos con los cuales trabajan.

3. ¿Ha escuchado usted acerca de la Bolsa de valores? (Puede marcar más de una opción)

Tabla 3-3: Nivel informativo de la Bolsa de valores

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	23	8,65%
NO	243	91,35%

Fuente: Encuesta a las Mipymes, 2021.

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

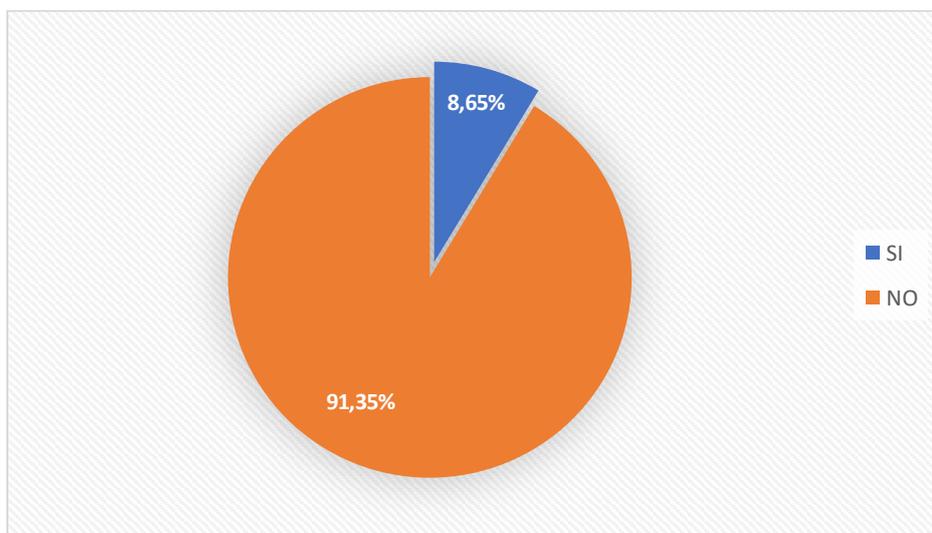


Gráfico 3-3: Nivel informativo de la Bolsa de valores

Realizado por: León, J.; Morocho, D. 2021

Análisis: Como se observa en los resultados proporcionados por las distintas entidades, solo 23 de ellas que representa el 8,65% tienen el conocimiento en base a la Bolsa de valores, mientras que 243 de ellas que simboliza el 91,35% nos da a entender que no tiene un conocimiento en lo más absoluto de la Bolsa de valores.

Interpretación

La proporción dominante acerca de que si han percibido información acerca de la Bolsa de valores es un rotundo no, entonces a partir de esa situación, se considera que las Mipymes no tienen ni siquiera un concepto claro de que trate el mercado bursátil, en este sentido identificamos que no existe un medio por el cual llegue información concreta acerca de las situación acerca de un mercado financiero que debería evolucionar en nuestro país, para que a largo plazo con los indicadores macroeconómicos del país.

4. Si la respuesta 3 es no ¿Le gustaría conocer acerca de los mecanismos e instrumentos que posee la Bolsa de valores? (Puede marcar más de una opción)

Tabla 4-3: Nivel de implicación con la Bolsa de valores

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	194	79,84%
NO	49	20,16%

Fuente: Encuesta a las Mipymes, 2021.

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

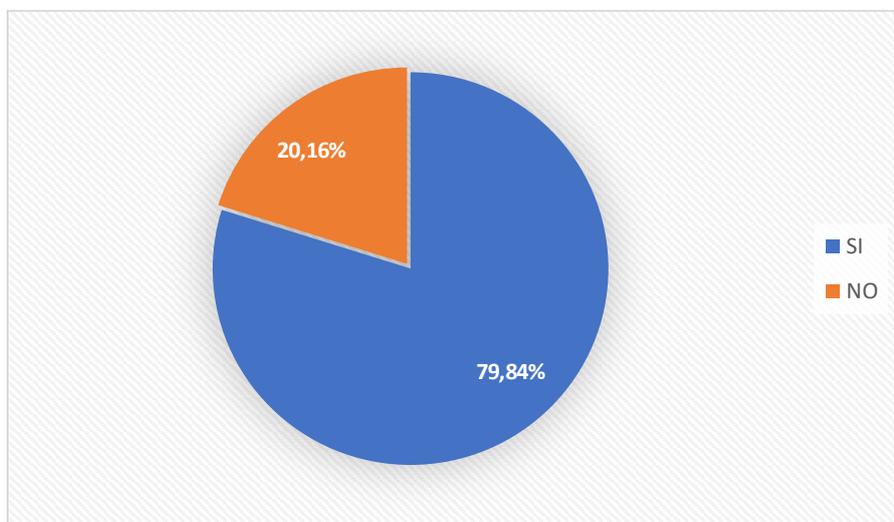


Gráfico 4-3: Nivel de implicación con la Bolsa de valores

Realizado por: León, J.; Morocho, D. 2021

Análisis: Según la información obtenida, 194 de los usuarios jurídicos que figura el 79,84% nos dan a entender que, están abiertos a conocer acerca de los instrumentos y mecanismos que brinda la Bolsa de valores, sin embargo, 49 encuestados que figura el 20,16%, no le interesa en lo absoluto conocer un nuevo espacio financiero.

Interpretación

El impacto del querer conocer un nuevo mercado financiero es positivo, esta implicación alta puede generar la iniciativa de que a largo plazo las organizaciones tengan más alternativas para poder invertir como financiarse, a cambio de una mayor transparencia que facilite a todo usuario estar seguro de como opera dichas entidades de su interés.

5. ¿Conoce cuál es la función de la Bolsa de valores?

Tabla 5-3: Nivel de conocimiento de las funciones de la Bolsa de valores

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	7	2,63%
POCO	16	6,02%
NADA	243	91,35%

Fuente: Encuesta a las Mipymes, 2021.

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

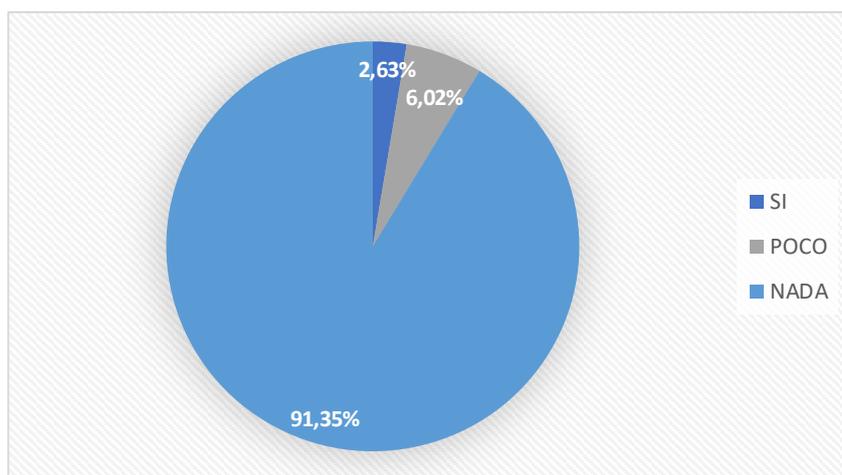


Gráfico 5-3: Nivel de conocimiento de las funciones de la Bolsa de valores

Realizado por: León, J.; Morocho, D. 2021

Análisis: Los resultados en base a la encuesta, refleja que solo 7 usuarios que representa el 2,63% tiene conocimiento del funcionamiento de la Bolsa de valores; 16 usuarios que representa el 6,02%

consideran que tienen un poco de conocimiento en base a su función, mientras que 243 usuarios que representa el 91,35% no entienden nada de su funcionamiento.

Interpretación

El percibir una leve información a que tener un conocimiento puro acerca de un tema, son aspectos diferentes, por ello dentro de quienes no conocen el funcionamiento acerca de la Bolsa de valores representa una proporción muy alta y preocupante, ya que implica que a medida que pasa el tiempo no se está involucrando con los nuevos mercados, innovaciones y tecnologías lo cual afecta gravemente al desarrollo de las ciudades, regiones y a nivel país.

6. Si usted ha escuchado de la Bolsa de valores ¿A través de que medios de difusión se ha informado? (Puede marcar más de una opción)

Tabla 6-3: Receptores de información en base al mercado bursátil

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
TV	0	0,00%
RADIO	0	0,00%
REDES SOCIALES	11	47,83%
PERIÓDICO	6	26,09%
VALLAS PUBLICITARIAS	0	0,00%
MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERPERSONAL	3	13,04%
REVISTAS ESPECIALIZADAS	3	13,04%

Fuente: Encuesta a las Mipymes, 2021.

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

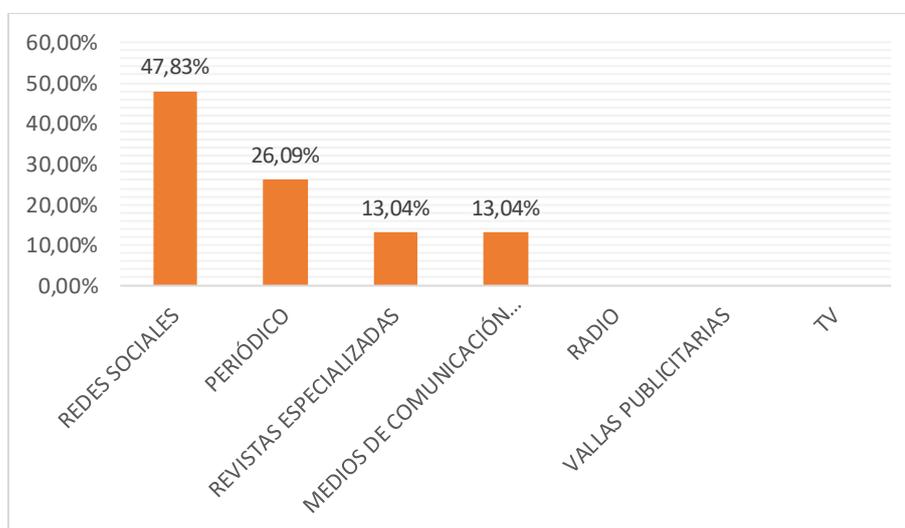


Gráfico 6-3: Receptores de información en base al mercado bursátil

Realizado por: León, J.; Morocho, D. 2021

Análisis: En base a los resultados obtenidos mediante las encuestas, se refleja que el 47,83% ha visto información de la Bolsa de valores a través de medios de difusión como lo son las redes sociales; el 26,09% de los encuestados se basan en periódicos; el otro 13,04% de los encuestados se referencian en los medios de comunicación interpersonal (fax, correos, teléfonos, cartas), pero con la misma proporción se guían en las revistas especializadas, generalmente en aquellas que están en las páginas web (artículos científicos).

Interpretación

En un mundo que la innovación avanza en el acampo tecnológico demuestra porque las redes sociales son las que tienen mayor acogida para tener información acerca de cualquier situación, además, las páginas web brindan artículos científicos que son totalmente relevantes, ya que son una guía para conocer acerca de la evolución de que sucede en nuestro contorno, sin embargo la preocupación es que a pesar de que existen una gran cantidad de emisoras y vallas publicitarias en algunos sectores de Pichincha no se aprovechan estos medios para difundir información que ayude a meditar, y si es posible permita desarrollarse completamente a las entidades.

7. ¿Su empresa actualmente cotiza en la Bolsa de valores?

Tabla 7-3: Cotización de organizaciones en bolsa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	1	0,38%
NO	265	99,62%

Fuente: Encuesta a las Mipymes, 2021.

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

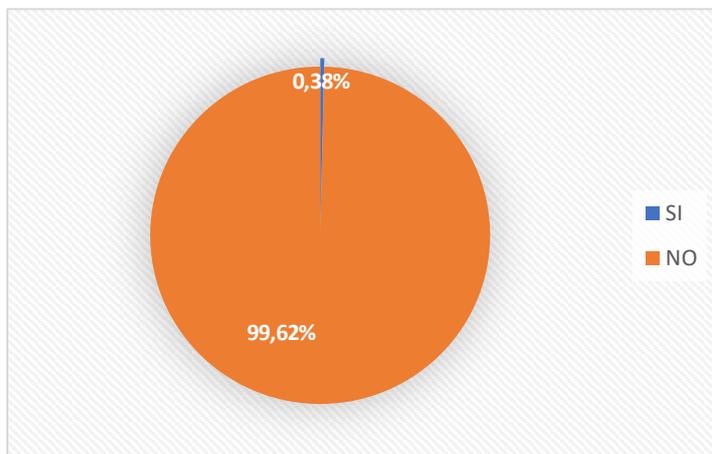


Gráfico 7-3: Cotización de organizaciones en bolsa

Realizado por: León, J.; Morocho, D. 2021

Análisis: De acuerdo con los resultados obtenidos, se refleja que el 99,62% se encuentran actualmente cotizando en la Bolsa de valores, frente a un 0,38% que representa una unidad la cual está en funcionamiento dentro del mercado.

Interpretación

El tener la mayor parte concentrada en que no cotiza en la Bolsa también se relaciona con la situación del conocimiento acerca de dicho mercado financiero, esto implica que no exista una relación directa entre ambas partes, demostrando que el mercado bursátil en Pichincha no se ha desarrollado prácticamente en proporcionar la mayor parte de información para poder acceder a este, es una de las razones pero la de mayor impacto en que las organizaciones no se introduzcan ahora misma en aquel mercado.

8. Si su empresa cotiza en la bolsa de valores ¿Qué tipo de inversión suele realizar la organización?

Tabla 8-3: Tipo de instrumento bursátil

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
BONOS	0	0,00%
REPOS	0	0,00%
ACCIONES	1	100,00%
POLIZAS	0	0,00%
TITULARIZACIÓN	0	0,00%
AHORROS	0	0,00%
LETRAS HIPOTECARIAS	0	0,00%
FONDOS DE INVERSIÓN	0	0,00%
DERIVADOS	0	0,00%

Fuente: Encuesta a las Mipymes, 2021.

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

Análisis: Según la información obtenida, se da a conocer que hay únicamente un caso particular el cual participa con acciones en la bolsa (Dilipa), sin embargo, existe una constante por el hecho de que el resto de las entidades no participan, no tienen conocimiento e incluso no saben de qué existe un mercado bursátil como una nueva modalidad de inversión.

9. ¿En qué tipo de inversiones estaría interesado a incursionar en la Bolsa de valores?

Tabla 9-3: Tipos de inversiones a incursionar por organizaciones

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
BONOS	13	4,89%
REPOS	0	0,00%
ACCIONES	207	77,82%
POLIZAS	29	10,90%
TITULARIZACIÓN	0	0,00%
AHORROS	14	5,26%
LETRAS HIPOTECARIAS	0	0,00%
FONDOS DE INVERSIÓN	3	1,13%
DERIVADOS	0	0,00%

Fuente: Encuesta a las Mipymes, 2021.

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

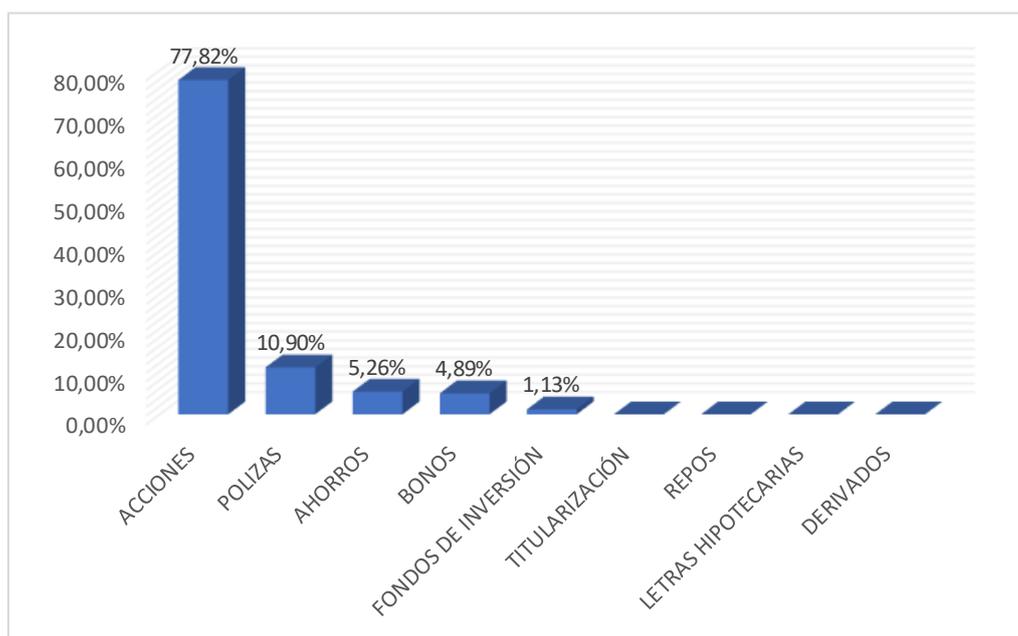


Gráfico 8-3: Tipos de inversiones a incursionar por organizaciones

Realizado por: León, J.; Morocho, D. 2021

Análisis: Como se observa en los resultados proporcionados por las distintas entidades, 207 de ellos optaron por incursionar en acciones representando el 77,82%; 29 usuarios que representa el 10,90%, optaron por las pólizas; 14 usuarios que representa el 5,26%, indicaron que la variable interesada son los ahorros; 13 usuarios que representa el 4,89%, optaron por los bonos; 3 de los usuarios que representa el 1,13% opto por los fondos de inversión, incluso mientras que las variables como repos,

titularización, letras hipotecarias, y derivados no fueron considerados por los usuarios alcanzando a simbolizar nulidad en su interés.

Interpretación

De acuerdo con los resultados las acciones es la variable que más atrae a los usuarios, se considera como aquella inversión para incursionar en el largo plazo, además, si se ejecuta dicha acción el entorno empresarial de Mipymes se financiaría teniendo mayor desarrollo y participación en el mercado, sin embargo las pólizas, fondos de ahorros y bonos son consideradas como secundarias, pero es debido al mismo hecho de que se encuentran en esta cuestión porque no tienen un conocimiento profundo de cómo funciona cada una de ellas.

10. ¿Considera usted que el grado de conocimiento que tiene frente a la bolsa de valores es?

Tabla 10-3: Grado de conocimiento del mercado bursátil

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
EXCELENTE	0	0,00%
MUY BUENO	0	0,00%
BUENO	7	2,63%
REGULAR	16	6,02%
NO TIENE CONOCIMIENTO	243	91,35%

Fuente: Encuesta a las Mipymes, 2021.

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

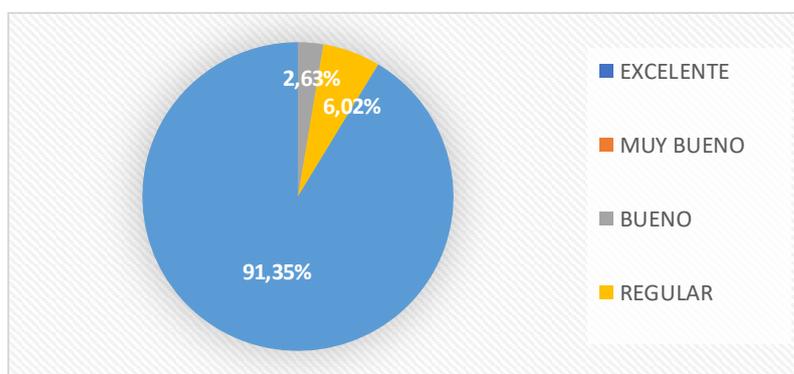


Gráfico 9-3: Grado de conocimiento del mercado bursátil

Realizado por: León, J.; Morocho, D. 2021

Análisis: Según la información obtenida, 7 usuarios que representa el 2,63%, indicaron que tienen un grado de conocimiento bueno frente a la Bolsa de valores; 16 usuarios que representa el 6,02%,

optaron por un conocimiento regular, mientras que 243 usuarios que representa el 91,35%, indicaron que no tienen conocimiento de lo requerido.

Interpretación

El resultado reflejado en base al conocimiento que se tiene de la Bolsa de valores, es prácticamente un aspecto negativo, ya que la mayor proporción de usuarios no tienen idea de aquella ciencia, es por ello que el impacto que se tiene en los resultados es frustrante ya que con ello podemos deducir que la evolución en el ámbito financiero no es aprovechada, sin embargo, la falta creación de programas del entorno financiero ha influido en el desconocimiento.

11. ¿De dónde proviene su financiamiento?

Tabla 11-3: Diversificación de financiamiento

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SOCIOS	12	4,51%
ACCIONISTAS	0	0,00%
MERCADO BURSÁTIL	1	0,38%
BANCOS	31	11,65%
COOPERATIVAS	46	17,29%
CAPITAL PROPIO	176	66,17%

Fuente: Encuesta a las Mipymes, 2021.

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

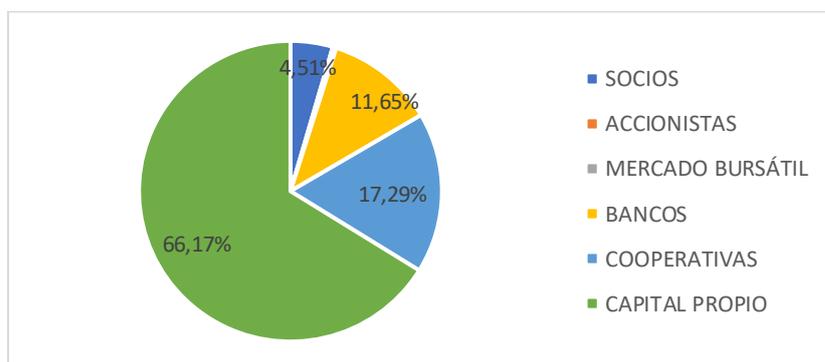


Gráfico 10-3: Diversificación de financiamiento

Realizado por: León, J.; Morocho, D. 2021

Análisis: Los resultados en base a la encuesta, refleja que 12 usuarios que simboliza el 4,51%, indicaron que su financiamiento proviene de socios; 1 usuario representa al 0,38% en mención al mercado bursátil; 31 usuarios que representa el 11,65%, mencionaron a los bancos; 46 usuarios que representa el 17,29%, hicieron mención a las cooperativas; 176 usuarios que representa el 66,17%,

indicaron que su financiamiento es a través de capital propio, además, ningún financiamiento proviene de accionistas mercado bursátil, indicando que no hay interés o conocimiento.

Interpretación

Prácticamente el funcionamiento de la mayor parte de las organizaciones son debido al propio financiamiento, es decir, que trabajan con capital propio, sin embargo cabe destacar que ese hecho ha perjudicado al sector empresarial en general debido a la falta de un apalancamiento, sin embargo el 29,32% proviene del sector de la banca tradicional, siendo una fuente de alivio y subsistencia para algunos negocios, incluso este hecho destaca que no hay confianza hacia los sectores de micro, pequeñas y medianas empresas para financiarlas.

12. ¿A través de que medios de difusión, la organización se informa o recepta información financiera? (Puede marcar más de una opción)

Tabla 12-3: Receptores comunicativos de información de las organizaciones

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
TV	11	4,14%
RADIO	32	12,03%
REDES SOCIALES	167	62,78%
PERIÓDICO	103	38,72%
SITIOS WEB	13	4,89%
MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERPERSONAL	6	2,26%
REVISTAS ESPECIALIZADAS	18	6,77%

Fuente: Encuesta a las Mipymes, 2021.

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

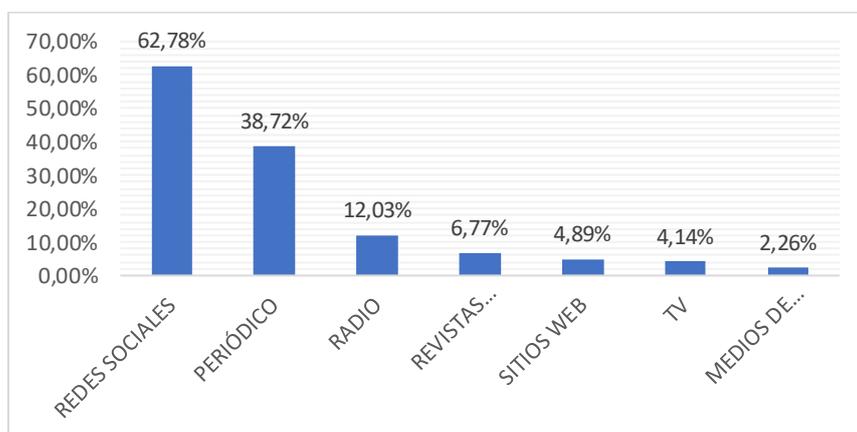


Gráfico 11-3: Receptores comunicativos de información de las organizaciones

Realizado por: León, J.; Morocho, D. 2021

Análisis: De acuerdo con los resultados obtenidos, se refleja que 11 usuarios que representa el 4,14%, indicaron que aquellos medios de difusión que utiliza la institución para receptor información financiera es la Tv; 32 usuarios que representa el 12,03%, indicaron que la radio es medio ideal; 167 usuarios que representa el 62,78%, indicaron que las redes sociales son su medio de información financiera; 103 usuarios que representa el 38,72%, indicaron que reciben información a través de periódicos; 13 usuarios que representa el 4,89%, indicaron que reciben información a través de sitios web; 6 usuarios que representa el 2,26%, optaron por los medios de comunicación interpersonal (fax, correos, teléfono, cartas), mientras que 18 usuarios que representa el 6,77%, reciben información financiera a través de revistas especializadas (artículos científicos).

Interpretación

El uso de la tecnología ha incrementado prácticamente en el uso de aplicaciones móviles, en la cual se destaca las redes sociales las principales fuentes de información financiera, incluso uno de los medios que no se ha perdido casi por completo es el periódico, ya que también posee una media proporción significativa la cual indica que es un medio de difusión atractivo para abordar temas informativos financieros. En cuanto a las páginas web y revistas especializadas no se han desarrollado por completo, puesto que se considera que el factor que influye en este proceso son los malos hábitos de lectura que se tiene a nivel país que 5 de cada 10 ecuatorianos no lee absolutamente nada.

13. En el caso que ofrecieran capacitaciones gratuitas de la Bolsa de valores como alternativa financiera ¿A través de qué tipo de modalidad le gustaría asistir?

Tabla 13-3: Modalidad para receptor capacitaciones de la Bolsa de valores

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
PRESENCIAL	119	44,74%
VIRTUAL	86	32,33%
NO ES DE SU INTERÉS	61	22,93%

Fuente: Encuesta a las Mipymes, 2021.

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

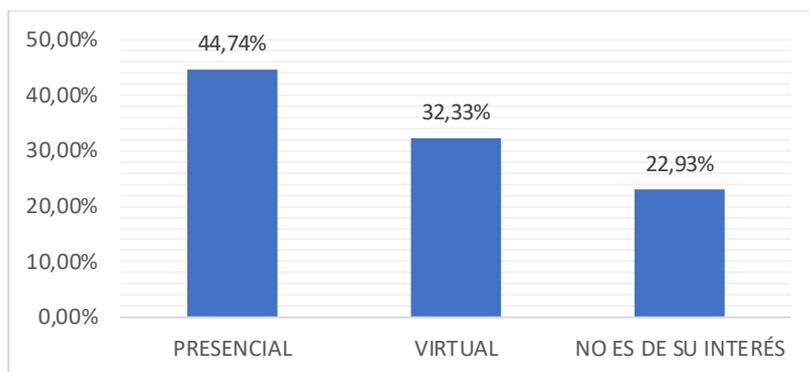


Gráfico 12-3: Modalidad para recibir capacitaciones de la Bolsa de valores

Realizado por: León, J.; Morocho, D. 2021

Análisis: Según la información obtenida, 119 usuarios que representa el 44,74%, indicaron que acudirían de forma presencial a las capacitaciones gratuitas por parte de la Bolsa de valores; 86 usuarios que representa el 32,33%, optaron por acudir a las capacitaciones de forma virtual, mientras que 61 usuarios que representa el 22,93%, optaron que las capacitaciones en base a la Bolsa de valores no es de su interés, dando a entender que es una de las razones por la cual el sector de Mipymes no participa en dicho sector financiero.

Interpretación

La baja participación de las organizaciones se da a entender que la evolución, investigación y desarrollo en el ámbito financiero genera sobresalto, sin embargo, hay otras entidades que exponen que la participación tanto virtual como presencial en un curso vinculado a la Bolsa de valores es conveniente para analizar una nueva etapa de inversión.

3.1 Discusión de Resultados

Según la información recabada, a través de la aplicación de la técnica de investigación como las encuestas dirigidas a las Mipymes en la provincia de Pichincha, se puede constatar que una gran proporción en relación con la muestra trabajan y conocen únicamente la banca tradicional, como son los Bancos y Cooperativas de ahorro y crédito, sin embargo, existe una mínima señal del conocimiento en base a la Bolsa de valores, lo cual corrobora con una participación negativa de las organizaciones dentro de un nuevo segmento financiero como lo es el mercado bursátil.

Por otra parte, la leve comunicación que se brinda a todos los usuarios acerca de la Bolsa de valores, no ha sido efectiva, determinando que es la razón principal por la cual no se tienen ni la mínima idea de su funcionamiento, mucho menos de que existen mecanismos e instrumentos que pueden ayudar al crecimiento de la empresa, incluso a calcular el rango del precio de la compañía, así como la evaluación de resultados de estas, haciendo uso y referencia a la valoración empresarial.

En lo que respecta a la comunicación de la existencia y un nuevo medio financiero para poder invertir, no existe mayor frecuencia en aquello, es decir, que dentro de los análisis hemos llegado a determinar que la Mipymes en Pichincha no tiene gran conocimiento acerca de la Bolsa de valores, por la falta de mercadeo en aquellas zonas más frecuentadas por los ciudadanos, siendo una de ellas parte importante a considerar en el diseño de estrategias a través de medios de difusión o comunicación.

El hecho de que los encuestados no tengan conocimiento en lo absoluto acerca de la Bolsa de valores, nos da a entender que la misma institución no ha tomado un rol relevante para dar a conocer este nuevo sistema financiero.

A pesar de un gran desconocimiento en base a las inversiones que se maneja dentro de la Bolsa de valores, los encuestados optaron por una en particular que son las acciones, siendo estas unidades de propiedad de una organización, a la vez se las puede negociar en público como en privado, pero aquella inversión es notablemente relevante para las empresas, ya que son un medio para la captación de recursos, elevar el nivel de inversiones, expandirse a través de diversos mercados y su importancia radica que son una fuente de financiamiento.

En particular se ha generado una falta de emisión en base a información de nuevos mercados financieros por parte del estado como de las partes interesadas, pero la sociedad también ha generado un desinterés en investigar e innovar acerca de nuevos sectores financieros que les brinden mayores productos o servicios para generar un financiamiento o nuevas inversiones que ayude al desarrollo de las empresas.

En cuanto a la participación de las organizaciones en una capacitación, formación y aprendizaje acerca de una nueva alternativa financiera como lo es el mercado bursátil ha sido positiva, pues la mayor cantidad de encuestados han indicado interés, sin embargo la creación de espacios acerca de estos temas se debería emitir a través de todas las plataformas digitales, y los medios más frecuentados para alcanzar el impacto esperado, generado la iniciativa en los empresarios más arriesgados, siendo un impulso al desarrollo financiero.

En la actualidad la mayor parte de empresas se han visto afectadas por la crisis sanitaria, indicando que el 50% de Mipymes estaban paralizadas y a punto de quebrar por la disminución de la demanda, por ello en este periodo 2021, la recuperación de estas es indispensable ya que generan la mayor parte de empleos y dinamismo económico que influye en el crecimiento de renta del país, por ello, la generación de convenios con sectores financieros y programas de financiamiento son esenciales para su reactivación y recuperación económica.

3.2 PROPUESTA

Tema

Diseño de estrategias para difundir e incrementar la participación de las Mipymes del sector comercial en la bolsa de valores provincia de Pichincha.

3.2.1 Objetivos

3.2.2.1 Objetivo General de la propuesta

Diseñar estrategias para ampliar la participación de las Mipymes en la Bolsa de valores, a través de las tecnologías de información y comunicación (TIC), con la finalidad de promover e incentivar la introducción de organizaciones fomentando un nuevo sector financiero.

3.2.2.2 Objetivos específicos de la propuesta

- ✓ Desarrollar estrategias que ayuden a la integración de la Mipymes al mercado de valores.
- ✓ Plantear medios tecnológicos de comunicación e información (TIC), que se puede abordar para dar a conocer el mercado de valores.

3.3 Direccionamiento estratégico

3.3.1 Misión

El presente trabajo se ha realizado en la provincia de Pichincha, por ende, se ha tomado en cuenta la información de la Bolsa de valores de Quito Sociedad Anónima, en la cual se da a conocer su misión organizacional:

“Apoyar la creación y correcta distribución de la riqueza mediante un mercado de valores institucionalizado, promoviendo la cultura bursátil y las prácticas de Buen Gobierno Corporativo, con miras a la integración de los mercados” (Bolsa de valores de Quito S.A, 2020).

3.3.2 Visión

De igual manera la visión se obtuvo según la información proporcionada por la Bolsa de valores de Quito Sociedad Anónima, y es la siguiente:

“Ser la primera alternativa en el sistema financiero para el ahorro, la inversión y el financiamiento, con el mejor precio y el menor costo” (Bolsa de valores de Quito S.A, 2020).

3.3.3 Valores Corporativos

- ✓ Confiabilidad
- ✓ Equidad

- ✓ Lealtad
- ✓ Transparencia

3.3.4 Propuesta de valor

- ✓ Excelencia en el servicio
- ✓ Apoyo tecnológico
- ✓ Difusión de la cultura bursátil y financiera
- ✓ Desempeño financiero
- ✓ Apoyo en la innovación en el mercado

3.4 Análisis estratégico

3.4.1 Grupos de interés o Stakeholders

Los grupos de interés o Stakeholders son aquellos que se involucran de una u otra forma e influyen en la toma de decisiones de la organización.

Tabla 14-3: Grupos de interés en el mercado de valores

FACTORES	Criterios (influencia en la bolsa de valores)
Casas de valores	Las casas de valores son la esencia que conecta con las organizaciones, es decir que promueven fuentes de financiamiento para aquellos que estén involucrados en el mercado de valores, además, operan de acuerdo con las decisiones del cliente y generan portafolios para invertir de acorde al tipo de inversor que maneje.
Sociedad (cultura)	Su influencia al conectar con información de los nuevos mercados financieros contribuyen a que se genere nuevos segmentos de inversión, generando más competitividad e incluso innovando en servicios y productos financieros, que ayuden a generar nuevas regulaciones en los costos financieros para mejorar el desarrollo de las organizaciones e inversionistas.
Personas naturales/jurídicas	Antes de ingresar al mercado de valores, las personas interesadas como naturales y jurídicas cambian su concepto a inversionistas y emisores, es decir que ambas se complementan, a través de un beneficio usando los instrumentos bursátiles, de esa forma interconectan su participación generando la búsqueda de la rentabilidad.
Calificadoras de riesgo	Determinan la calificación de riesgos de los emisores y los valores inscritos; determinan factores como el posicionamiento de los emisores, estrategias, evaluaciones acerca del riesgo y la capacidad de cumplimiento de las obligaciones, además, son entidades de apoyo para el mercado de valores.
Instituciones financieras (tradicionales)	Influyen como una competencia indirecta, ya que afecta de una u otra forma al mercado de valores, debido a que instituciones financieras tradicionales en el país, son el sector más atraído para generar ahorros y financiamiento por personas naturales y jurídicas, sin embargo el desconocimiento de un nuevo sector financiero avanzado como lo es la bolsa de valores con una diversidad de instrumentos no genera el desarrollo óptimo para su crecimiento por la falta de educación financiera, estafas, y seguridad.
Inversionistas nacionales – extranjeros	Influyen en el impulso del crecimiento en variables macroeconómicas del país, incluso induce al desarrollo del capital humano, tecnológico, y empresarial, demostrando que ambos inversionistas son dinamizadores potenciales para la economía.

Superintendencia de compañías valores y seguros	Determina la regulación de las organizaciones, incluso controla su funcionamiento, actividades, liquidación y en todo caso monitorea sus operaciones las cuales sean de acuerdo con lo que determine la ley. También dichas actividades generan más seguridad, confianza y atracción del mercado para la inversión sea nacional o extranjera.
Estado	Repercute en el incremento del presupuesto general del estado, ya que el incentivo a invertir en la bolsa de valores genera mayor inversionistas promoviendo liquidez para las organizaciones, generando el crecimiento empresarial, incluso promueve los factores macros.
Emisores	Son personas jurídicas que colocan sus valores para atraer financiamiento y mejorar el desarrollo de las actividades de la organización, dichos emisores son de carácter público y privado que actúan dentro del mercado de valores.
Compañías administradoras de fondos	Administran los recursos de terceros, es decir que los inversionistas u organizaciones tienen la posibilidad de que su inversión sea manejada con previos estudios en base a los riesgos y retornos futuros, además, maneja únicamente la emisión de procesos de titularización.
Audidores externos	Emiten informes acerca de los estados financieros de las entidades y emergen los resultados de cada una de las operaciones de la organización, además, expresa recomendaciones acerca de los procesos inestables que existen, determinando así la capacidad de cumplimiento de los emisores, siendo uno de los factores claves para atraer a los inversionistas
Fondos de inversión	Se busca generar rentabilidad, a pesar del alto riesgo, con los respectivos aportes económicos para una determinada inversión. Atractiva para los inversionistas, por el hecho de que no se requiere cantidades económicas enormes y generan diversificación de inversiones lo cual lo convierte en un instrumento atractivo.
Proveedores	Incide en torno a la información en tiempo real y generan plataformas para negociar instrumentos bursátiles, siendo complementarios para obtener mejores resultados en una posible inversión a futuro, generando mayor confianza.
Junta de política, regulación monetaria y financiera	Influye en la atracción de inversionistas, ya que promueve la creación y regulación de políticas monetarias, financieras, de valores y seguros, lo cual representa transparencia en cada una de las actividades de las organizaciones demostrando información que incentiva a que un inversionista ingrese al mercado.

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

Tabla 15-3: Stakeholders de la Bolsa de valores de Quito

Stakeholders	Siglas	Tipo de Stakeholders	Categoría
Casa de valores	CV	Interno	Socio
Sociedad (cultura)	SDAD	Externo	
Personas naturales- jurídicas	PENJ	Externo	Cliente
Calificadoras de riesgo	CR	Externo	Apoyo
Instituciones financieras	IFI	Externo	Competidor indirecto
Inversionistas nacionales-extranjeros	INN-IED	Externo	Cliente
Superintendencia de compañías valores y seguros	SCVS	Externo	Control
Estado	GOB	Externo	Estratégico/apoyo
Emisores	EMI	Externo	Cliente
Compañías administradoras de fondos	CAF	Externo	Estratégico
Auditores externos	AU	Externo	Apoyo
Proveedores	PRO	Externo	Proveedor
Junta de política, regulación monetaria y financiera	JPRMF	Externo	Regulador
Fondos de inversión	FI	Externo	Estratégico

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

3.4.2 Macroentorno

El macroentorno determina los componentes que tienen un impacto en la sociedad, por ende, se desarrolla un análisis de factores, nivel de impacto, comportamiento, impacto en la empresa e implicados, afectando a la toma de decisiones de la organización.

Tabla 16-3: Factores del macroentorno.

Factores	Nivel de impacto	Comportamiento	Impacto en la empresa	Implicados
Recesión económica	Alto	Impacto en la disminución de la demanda, incluso genera el perecimiento de algunas organizaciones.	*Salida de socios. *Descapitalización de la organización. *Riesgo de inversión. *Compra/Venta de instrumentos bursátiles.	*Gobierno *Oferta y Demanda *Organizaciones
Gobierno	Alto	Manejo de diferentes ideas e incluso genera nuevas políticas entorno al marco organizacional.	Disminución/aumento de inversión	*Estado *Bolsa de valores *oferta y demanda
Producto interno bruto (PIB)	Medio	Influencia del mercado bursátil para el crecimiento económico.	*Atracción de inversionistas. *Mayor ingreso de organizaciones.	*Bolsa de valores. *Estado. *Organizaciones públicas y privadas.
Nivel de preparación (conocimiento).	Medio	Influencia en la confianza para acceder a un nuevo mercado financiero.	*Mayor demanda. *Mayor capitalización por parte del mercado bursátil.	*Organizaciones *Mercado bursátil.
Crisis sanitaria	Alto	Volatilidad en algunos instrumentos del mercado.	*Salida de inversionistas *Baja demanda de instrumentos bursátiles. *Considerada de alto riesgo.	*Estado *Bolsa de valores *SUPERCIAS
Volatilidad	Alto	El mercado promueve activos complejos de valor, lo cual promueve la especulación.	*Salida de inversionistas por presunta demagogia. *Temor al mercado bursátil.	*Especuladores *Inversionistas *Organizaciones
Valor del mercado	Alto	Atracción de compradores y vendedores, que influyen en el crecimiento o reducción de un activo.	*Alta/baja oferta - demanda.	*Fluctuaciones económicas.

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

3.4.3 Microentorno

El microentorno determina los componentes que se vinculan de forma directa con la organización, además afectan en el desarrollo de la actividad, incluso se desarrolla un análisis de factores, nivel de impacto, comportamiento, impacto en la empresa e implicados, afectando a la toma de decisiones de la organización.

Tabla 17-3: Factores del microentorno

Factores	Nivel de impacto	Comportamiento	Impacto en la empresa	Implicados
Crecimiento de la demanda	Alto	Mayor atracción del mercado, además, genera una diversidad de inversiones, mejorando el grado de desarrollo de bienestar y desarrollo del país.	*Incremento de inversionistas. *Capitalización bursátil. *Crecimiento de operaciones bursátiles.	*Organizaciones *Bolsa de valores
Clientes	Alto	Establecer los medios de información para llegar los usuarios. Determinar los clientes potenciales.	*Confiable para invertir. *Ser una alternativa de inversión. *Incremento en la introducción del mercado.	*Clientes *Mercado bursátil.
Nuevo segmento de inversión	Alto	Generar una alternativa financiera de servicios, a través de la segmentación de mercado, incluso el engendrar confianza es un aspecto por desarrollar para la inclusión de nuevos clientes.	*Alta/baja oferta y demanda. *Alternativa de inversión o financiamiento. *Incertidumbre en las inversiones. *Inestabilidad del mercado por especulaciones.	*Clientes *Bolsa de valores *Estado
Competencia	Alto	Existencia de una competencia indirecta (banca tradicional).	*Estancamiento de la demanda.	*Bolsa de valores *Banca tradicional *Clientes (organizaciones).
Transparencia	Alto	Conseguir la fidelidad de los clientes, incluso atrae nuevos inversionistas, generando seguridad y certeza en las operaciones.	*Incremento de inversionistas. *Atracción del mercado bursátil.	*Clientes
Diversificación de instrumentos bursátiles.	Alto	Brinda alternativas para un inversionista conservador, moderado y agresivo.	*Considerada una alternativa de inversión.	*Casas de valores *Inversionistas

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

3.4.4 Análisis interno

El análisis interno permite identificar aquellos factores, que se originan a lo interior de la organización.

Tabla 18-3: Análisis interno

Factores	Nivel de impacto	Comportamiento	Impacto en la empresa	Implicados
Sistema de interconexión bursátil	Alta	Información concreta de las compras/ventas en tiempo real en las bolsas existentes.	*Crecimiento de inversionistas. *Incremento de productos financieros.	*Bolsa de valores *Inversionistas *Organizaciones
Costos financieros	Medio	Productos financieros más atractivos para una organización. Capta recursos con un interés inferior que el de la banca tradicional.	*Atracción de organizaciones. *Incremento de financiamiento.	*Bolsa de valores (instrumentos). *Organizaciones. *Inversionistas.
Gobierno corporativo	Alta	Regulador de los procesos de los participantes del mercado, para una mayor confianza y transparencia en las operaciones.	*Garantía de un crecimiento sostenible del mercado. *Confianza a los inversores nacionales y extranjeros.	*Inversionistas. *Mercado bursátil. *SUPERCIA S.
Manejo de políticas de riego, privacidad y calidad.	Alta	Monitoreo y análisis ante las amenazas y debilidades que pueden aparecer dentro de los procesos.	*Garantía de un crecimiento sostenible del mercado. *Confianza a los inversores *Competitiva.	*SUPERCIA S. *Inversionistas. *Mercado bursátil.
Aportación de beneficios a las organizaciones	Alta	Atraen a inversionistas extranjeros. Fortalecen la estructura financiera. Aportan a la economía local.	*Confianza a los inversionistas. *Alternativa de inversión.	*Organizaciones. *Bolsa de valores. *Inversionistas.
Asesoramiento para las inversiones.	Alta	Involucra a las casas de valores como principal intermediador para una inversión rentable.	*Genera confianza. *Crecimiento del mercado.	*Casas de valores. *Bolsa de valores. *Inversionistas. *Organizaciones.
Mínima difusión de información.	Alta	Disminuye el desempeño del mercado, e incluso genera un mejor desenvolvimiento a la competencia.	*Estancamiento del mercado bursátil. *Inseguridad para invertir. *No ingresar al mercado por desconocimiento.	*Bolsa de valores.
Exigencia a las organizaciones con el marco normativo del mercado de valores.	Media	Demstrar la transparencia de las entidades que se desenvuelven en el mercado.	*Seguridad-confianza de inversión. *Mejora la imagen del mercado.	*Organizaciones Bolsa de valores *SUPERCIA S

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

3.4.5 Análisis PEST

En la tabla a continuación se presenta el análisis político, económico, social y tecnológico del sector externo de la Bolsa de valores.

Tabla 19-3: Análisis PEST

Factor político	Al existir una estabilidad política entre los partidos del gobierno, se puede generar un marco legal seguro, el cual no involucre perjuicios en las actividades empresariales, determinando así que el riesgo para inversionistas es reducido, y de esta forma no involucrar un nivel elevado de incertidumbre para no ahuyentar a los inversionistas ya que son los motores para inyectar capital a las organizaciones, permitiendo el desarrollo productivo.
Factor económico	En los últimos años las condiciones económicas del país se han visto afectadas por el alto nivel de corrupción y la crisis sanitaria, siendo factores que no han permitido generar apoyo económico a las organizaciones, sin embargo, al optar por un financiamiento las tasas para Mipymes van entre el 11% al 17%, siendo un factor que delimita las actividades productivas, además se ha implementado un marco de imposición en base al régimen fiscal que no han ido en beneficio de las entidades.
Factor social	En cuanto al entorno social hay un gran brecha de desconocimiento en base a los sectores financieros entre Mipymes y grandes empresas, mermando así mejorar las actividades productivas de forma equitativa, además la falta de cultura en informarse de los nuevos mercados financieros que proveen de inversión y financiamiento han detenido el impulso empresarial y por ende el laboral.
Factor tecnológico	A pesar de que la cobertura para trabajar con medios digitales han ido en aumento, el impacto de información a través de los sistemas tecnológicos han sido insuficientes, ya que la población no tienen un conocimiento avanzado en base a los mercados financieros que existe en el país.

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

3.5 Formulación de estrategias

3.5.1 Matriz evaluación de factores externos

A continuación, en la tabla 28-3 se presenta la Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE), la cual permite identificar factores que se originan externamente a la organización y se constituyen en amenazas u oportunidades.

Tabla 20-3: MEFE

SIGLAS	FACTOR	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES				
O1	Promover el uso de las Tecnologías de información y comunicación (TIC).	0,09	2	0,18
O2	Globalización del mercado bursátil.	0,15	3	0,45
O3	Dinamizar la imagen de la Bolsa de valores	0,18	5	0,9
O4	Gran variedad de Mipymes.	0,2	5	1
O5	Avalar la confianza de las organizaciones.	0,09	3	0,27
O6	Menores costos financieros	0,2	3	0,6
O7	Asesoramiento en base al uso de instrumentos financieros.	0,09	3	0,27
Total		1		3,67
AMENAZAS				
A1	Falta de cultura de investigación de nuevos mercados financieros.	0,2	3	0,6
A2	Falta de conocimiento y confianza de los al sector bursátil.	0,09	1	0,09
A3	Riesgo a no cumplir con las exigencias del mercado de valores.	0,05	3	0,15
A4	Desconocimiento de los instrumentos que brinda el mercado bursátil.	0,3	3	0,9
A5	Alto nivel de organizaciones familiares.	0,2	3	0,6
A6	Falta de cultura de inversión y ahorro.	0,16	3	0,48
		1		2,72

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

3.5.2 Matriz evaluación factores internos

En la tabla 29-3 se presenta la Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI), permite identificar factores, que se originan a lo interior de la organización, y se constituyen en debilidades o fortalezas.

Tabla 21-3: MEFI

SIGLAS	FACTOR	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
FORTALEZAS				
F1	Sistema de interconexión bursátil.	0,15	5	0,75
F2	Diversas alternativas de inversión.	0,2	3	0,6
F3	Brindar capacitación para analizar asuntos de coyuntura.	0,1	1	0,1
F4	Un buen gobierno corporativo	0,15	3	0,45
F5	Integración a la Bolsa de valores de forma transparente.	0,1	3	0,3
F6	Opera en coordinación de las casas de valores.	0,15	3	0,45
F7	Políticas de riesgo, privacidad y calidad.	0,15	5	0,75
Total		1		3,40
DEBILIDADES				
D1	Falta de difusión de información a través de los medios de comunicación.	0,3	3	0,9
D2	Falta de incentivos fiscales para las organizaciones	0,12	3	0,36
D3	Dominio de participación de organizaciones grandes	0,15	1	0,15
D4	Escasa divulgación de las ventajas que posee la Bolsa de valores.	0,18	3	0,54
D5	Poco labor educativa hacia el ahorrista e inversionista.	0,25	3	0,75
Total		1		2,70

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

3.5.3 Matriz FODA

Las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA), identifica variables y situaciones estratégicas a través de una matriz, permitiendo el desarrollo óptimo y adecuado de un proyecto.

Tabla 22-3: FODA

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
F1	Sistema de interconexión bursátil.	Falta de difusión de información a través de los medios de comunicación.	D1
F2	Diversas alternativas de inversión.	Falta de incentivos fiscales para las organizaciones	D2
F3	Brindar capacitación para analizar asuntos de coyuntura.	Dominio de participación de organizaciones grandes	D3
F4	Un buen gobierno corporativo	Escasa divulgación de las ventajas que posee la Bolsa de valores.	D4
F5	Integración a la Bolsa de valores de forma transparente.	Poco labor educativa hacia el ahorrista e inversionista.	D5
F6	Opera en coordinación de las casas de valores.		
F7	Políticas de riesgo, privacidad y calidad.		
OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
O1	Promover el uso de las Tecnologías de información y comunicación (TIC).	Falta de cultura de investigación de nuevos mercados financieros.	A1
O2	Globalización del mercado bursátil.	Falta de conocimiento y confianza de los al sector bursátil.	A2
O3	Dinamizar la imagen de la Bolsa de valores	Riesgo a no cumplir con las exigencias del mercado de valores.	A3
O4	Gran variedad de Mipymes.	Desconocimiento de los instrumentos que brinda el mercado bursátil.	A4
O5	Avalar la confianza de las organizaciones.	Alto nivel de organizaciones familiares.	A5
O6	Menores costos financieros	Falta de cultura de inversión y ahorro.	A6
O7	Asesoramiento en base al uso de instrumentos financieros.		

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

Interpretación

A partir de los factores que intervienen directa como indirectamente con la Bolsa de valores y a través de un análisis interno, se ha procedido a generar la matriz FODA, la cual da apertura a las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. En cuanto a la matriz, se puede detectar que hay mayores fortalezas y oportunidades que amenazas y debilidades, sin embargo, esto demuestra que el mercado de valores no ha tenido el impulso adecuada para atraer mayores organizaciones que trabajen con los diversos instrumentos que posee el mercado, sea para invertir o financiarse, pero sobre todo generar un impacto económico que ayude a dinamizar la economía.

3.5.7 Diseño de estrategias (DAFO)

El diseño de estrategias es una opción de viabilidad al campo de acción y tácticas, que permite integrar el propósito de la organización. En la tabla 31-3 se plantea el diseño de estrategias a través de alternativas de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO), relacionándose entre sí y creando una combinación de alternativas entre las variables FO, DO, FA y DA, siendo opciones viables para la aplicación por parte de la organización.

Tabla 23-3: Diseño de estrategias (DAFO)

Análisis interno/externo	Fortalezas							Debilidades				
	Sistema de interconexión bursátil.	Diversas alternativas de inversión.	Brindar capacitación para analizar asuntos de coyuntura.	Un buen gobierno corporativo	Integración a la Bolsa de valores de forma transparente.	Opera en coordinación de las casas de valores.	Políticas de riesgo, privacidad y calidad.	Falta de difusión de información a través de los medios de comunicación.	Falta de incentivos fiscales para las organizaciones	Dominio de participación de organizaciones grandes	Escasa divulgación de las ventajas que posee la Bolsa de valores.	Poco labor educativa hacia el ahorrista e inversionista.
Oportunidades	FO-MAXIMAX							DO-MINIMAX				
Promover el uso de las Tecnologías de información y comunicación (TIC). Globalización del mercado bursátil.	F1-F2:O1-O2: Capacitar a grupos de trabajadores de la Bolsa de valores en el uso de tecnologías de información y comunicación, para promover el funcionamiento del mercado de valores, interconexión bursátil y sus alternativas de inversión dominantes.							D1:O1-O3: Incrementar el uso de tecnologías de información y comunicación, para promover la imagen y funcionamiento del mercado de valores.				

Dinamizar la imagen de la Bolsa de valores	F3-F4-F6-F7:O3-4-5: Desarrollar un proyecto de factibilidad para potencializar la imagen de la bolsa de valores a través de sus indicadores financieros, manejo de políticas e hitos alcanzados, aprovechando el amplio número de Mipymes.	D4:O2-O5-O7: Gestionar un plan de capacitación online, por parte la Bolsa de valores dirigidos a: emprendedores y (representante o gerentes) Mipymes, orientados a los beneficios, ventajas e instrumentos que maneja la Bolsa de valores.	
Gran variedad de Mipymes.			
Avalar la confianza de las organizaciones.	F6:O6: Fortalecer la bolsa de valores mediante la creación de un sistema de lock-ins.	<p style="text-align: center;">Estrategias</p> <p style="text-align: center;">D A F O</p> <p style="text-align: center;">MINI MIN MAXI MAX</p>	D3-D5:O4-O6: Crear un manual para el sector empresarial (Mipymes) e inversionista para introducirse en la bolsa de valores.
Menores costos financieros			
Asesoramiento en base al uso de instrumentos financieros.			
Amenazas			
Falta de cultura de investigación de nuevos mercados financieros.	F1-F2-F3:A1-A4-A6: Crear socializaciones a nivel cantonal en la provincia de Pichincha, por la Bolsa de valores direccionados a Mipymes, en base a mercados alternativos de inversión y financiamiento, dando realce al mercado de valores a través de sus hitos alcanzados a nivel global y nacional.	D2:A2-A3-A5: Desarrollar un proyecto de factibilidad del marco político entre el estado y mercado de valores en base a incentivos fiscales, creando medidas de ventajas competitivas, aportando así con el cumplimiento de objetivos del desarrollo sostenible 2030.	
Falta de conocimiento o confianza de los al sector bursátil.			

Riesgo a no cumplir con las exigencias del mercado de valores.			
Desconocimiento de los instrumentos que brinda el mercado bursátil.	F4-F5-F6:A2: Establecer grupos especializados multidisciplinarios dentro de la Bolsa de valores encargados de direccionar campañas de vinculación y fortalecimiento al mercado de valores.		D4-D5:A1-A4-A6: Crear convenios entre la Bolsa de valores con instituciones educativas, municipios y asociaciones para brindar un soporte técnico en base a los sectores financieros, ahorro, inversión y financiamiento, aportando a una cultura en desarrollo.
Alto nivel de organización familiares.	F7:A3-A5: Gestionar un convenio con el servicio de rentas internas, para el intercambio de información y dar seguimiento a organizaciones de alta evolución económica, con la finalidad de brindar soporte financiero para la introducción al mercado de valores.		
Falta de cultura de inversión y ahorro.			

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

3.5.8 Matriz del planteamiento de actividades

La matriz de planteamiento de actividades es una guía que muestra interrelación entre factores estratégicos, actividades, y tiempo, siendo un soporte para el plan de manejo de lo planteado, priorizando el cual se ajusta a ciertos campos requeridos.

De acuerdo a la tabla 32-3 las actividades de cumplimiento de estrategias FO, hace referencia a estrategias que maximicen la utilización de fortalezas, de tal modo que se pueda maximizar el aprovechamiento de oportunidades.

Tabla 24-3: Actividades para el cumplimiento de estrategias FO

Estrategia	Estrategia 1					Tiempo		
	Actividades	Semana (1)	Semana (2)	Semana (3)	Semana (4-7)	Duración	Inicio	Terminación
Capacitar a grupos de trabajadores de la Bolsa de valores en el uso de tecnologías de información y comunicación, para promover el funcionamiento del mercado de valores, interconexión bursátil y sus alternativas de inversión dominantes.	Evaluar al personal en base a tecnologías de información y comunicación					2 meses	01/01/2023	01/03/2023
	Selección de personal a capacitar							
	Capacitación a ejecutar							
	Estrategia 2	Semana (1-3)	Semana (2-4)	Semana (5-7)	Semana (8-10)	3 meses	01/02/2023	01/05/2023
Desarrollar un proyecto de factibilidad para potencializar la imagen de la Bolsa de valores a través de sus indicadores financieros, manejo de políticas e hitos alcanzados, aprovechando el amplio número de Mipymes.	Segmentar los sectores de mayor influencia de Mipymes							
	Analizar prepuestas							
	Selección, desarrollo y aceptación del proyecto							
	Estrategia 3	Mes (1)	Mes (2)	Mes (3)	Mes (4-18)	18 meses	01/04/2023	01/10/2024
Fortalecer la Bolsa de valores mediante la creación de un sistema de lock-in.	Análisis y generación de la necesidad existente.							
	Creación de sistema lock-in							
	Aplicación de sistema lock-in y emisión de informes semanales de Lock-in a través de los medios de comunicación.							

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

A continuación, en la tabla 33-3 de actividades de estrategias FA, hace referencia a estrategias que permiten la maximización en la utilización de fortalezas en el esfuerzo por minimizar el impacto de las amenazas.

Tabla 25-3: Actividades para el cumplimiento de estrategias FA

Estrategia	Estrategia 1						Tiempo		
	Actividades	Semana (1)	Semana (2)	Semana (3-4)	Semana (5-7)	Semana (8-9)	Duración	Inicio	Terminación
Gestionar un convenio con el servicio de rentas internas, para el intercambio de información y dar seguimiento a organizaciones de alta evolución económica, con la finalidad de brindar soporte financiero para la introducción al mercado de valores	Reunión de partes interesadas						3 meses	01/04/2023	01/06/2023
	Creación de políticas y normativas para el convenio								
	Desarrollar un flujograma del cumplimiento de procesos								
	Dar seguimiento al proceso del convenio								
	Generar el pacto de convenio y emitir informes a la ejecución del convenio								
	Estrategia 2	Semana (1)	Semana (2)	Semana (3)	Semana (4)	Semana (5)	2 meses	01/03/2023	01/05/2023
Establecer grupos especializados multidisciplinarios dentro de la Bolsa de valores encargados de direccionar campañas de vinculación y fortalecimiento al mercado de valores.	Generar pruebas de meritocracia en disciplinas relacionadas al mercado de valores y empresariales								
	Selección del personal								
	Desarrollar planificación de propuestas								
	Presentación y selección de propuestas								
	Estrategia 3	Mes (1)	Mes (2)	Mes (3)	Mes (4)	Mes (5-6)	6 meses	01/08/2023	01/02/2024

Crear socializaciones a nivel cantonal en la provincia de Pichincha, por la Bolsa de valores direccionados a Mipymes, en base a mercados alternativos de inversión y financiamiento, dando realce al mercado de valores a través de sus hitos alcanzados a nivel global y nacional.	Segmentación y selección cantonal de sectores empresariales más numerosos								
	Planificación y creación de la presentación del mercados alternativos financieros								
	Inicio de socializaciones a nivel cantonal y emisión de informes								

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

En la tabla 34-3 de actividades para el cumplimiento de estrategias DO, hace referencia a estrategias que minimizan el impacto de debilidades y así poder aprovechar la maximización de oportunidades.

Tabla 26-3: Actividades para el cumplimiento de estrategias DO

	Estrategia 1						Tiempo		
Estrategia	Actividades	Mes (1)	Mes (2)	Mes (3)	Mes (4)		Duración	Inicio	Terminación
Incrementar el uso de tecnologías de información y comunicación, para promover la imagen y funcionamiento del mercado de valores.	Planteamiento de nuevas reglas en la implementación plataformas digitales para difundir la imagen de la Bolsa de valores (presentando como una alternativa de inversión)						4 meses	01/10/2023	01/02/2024
	Generar una segmentación de los espacios publicitarios más consumidos.								
	Implementar publicidad de forma equitativa en sectores estratégicos.								
	Estrategia 2	Mes (1)	Mes (2)	Mes (3)	Mes (4)	Mes (5-6)	6 meses	01/07/2023	01/01/2024

Gestionar un plan de capacitación online, por parte la Bolsa de valores dirigidos a: emprendedores y (representantes o gerentes) Mipymes, orientados a los beneficios, ventajas e instrumentos que maneja la Bolsa de valores.	Crear un itinerario/hoja de ruta de aprendizaje del mercado de valores.								
	Planificar la exposición de seminarios virtuales en base al mercados de valores para estimular el desarrollo de conocimiento.								
	Crear una gamificación en base a instrumentos financieros.								
	capacitación								
	Estrategia 3	Semana (1)	Semana (2)	Semana (3)	Semana (4)	Semana (5)	2 meses	01/10/2023	01/12/2023
Crear un manual para el sector empresarial (Mipymes) e inversionista para introducirse en la bolsa de valores.	Aprobación de tema del manual Establecer los elementos y estructura del manual								
	Validación de contenido del manual (establecer procesos y procedimientos)								
	Validación de manual								

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

De acuerdo con la tabla 35-3 de actividades de cumplimiento de estrategias DA, hace referencia a estrategias que permitan minimizar las debilidades y sus efectos, así como la minimización del impacto de las amenazas.

Tabla 27-3: Actividades para el cumplimiento de estrategias DA

	Estrategia 1						Tiempo		
Estrategia	Actividades	Semana (1)	Semana (2-4)	Semana (3-7)	Semana (7-10)	Semana (11)	Duración	Inicio	Terminación
Desarrollar un proyecto de factibilidad del marco político entre el estado y mercado de valores en base a incentivos fiscales, creando medidas de ventajas competitivas, aportando así con el cumplimiento de objetivos del desarrollo sostenible 2030.	Plasmar el aporte e influencia de la bolsa de valores entorno al marco organizacional pymes.						3 meses	01/12/2023	01/03/2024
	Acercamiento con las partes interesadas								
	Análisis de prepuestas								
	Selección, y desarrollo del proyecto								
	validación del proyecto de factibilidad								
	Estrategia 2	Mes (1)	Mes (2)	Mes (3)	Mes (4)	Mes (5)	5 meses	01/01/2024	01/06/2024
Crear convenios entre la Bolsa de valores con instituciones educativas, municipios y asociaciones para brindar un soporte técnico en base a los sectores financieros, ahorro, inversión y financiamiento, aportando a una cultura en desarrollo.	Crear una planificación en base a los sectores más dinámicos para generar convenios.								
	Generar acercamientos con las partes interesadas								
	Crear normativas para la validación del convenio								
	Aprobaciones del convenio								

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

3.5.9 Cuadro de resumen de estrategias

El cuadro de resumen de estrategias es una matriz que se enfoca en el planteamiento de estrategias generales, específicas, metas, indicadores, responsables y un presupuesto, la cual ayuda a recabar lo más importante en cuestión de las estrategias de forma concisa.

Tabla 28-3: Cuadro de resumen de estrategias

Estrategias						
Generales	Específicas	Metas	Índices	Responsable	Presupuesto	Total presupuesto
Estrategia de recursos humanos	Capacitar a grupos de trabajadores de la Bolsa de valores en el uso de tecnologías de información y comunicación, para promover el funcionamiento del mercado de valores, interconexión bursátil y sus alternativas de inversión dominantes.	Capacitar al personal seleccionado al 100%	$\frac{\text{número de personas capacitadas}}{\text{número de seleccionados a capacitar}}$	*Ejecutivo de gestión *Ejecutivo administrativo *Analista de recursos humanos *Analista comercial *Analista de control	Dos cursos virtuales de 20 horas cada uno. \$450 por curso	\$900
	Gestionar un plan de capacitación online, por parte la Bolsa de valores dirigidos a: emprendedores y (representantes o gerentes) Mipymes orientados a los beneficios, ventajas e instrumentos que maneja la Bolsa de valores.	Gestión del plan de capacitación del 100%	$\frac{\% \text{informe avance de plan de capacitación}}{\% \text{Planificación de capacitación}}$	*analistas del consejo nacional de valores *Gerente de operaciones y servicios (tecnología)	Contratación de espacio virtual (zoom) \$169 al año. Emisión de información del curso a través de redes sociales, sitios web y TIC. \$3500	\$3669
	Crear socializaciones a nivel cantonal en la provincia de Pichincha, por la Bolsa de valores direccionados a Mipymes, en base a mercados	Socialización en los cantones seleccionados al 100%				Contratación de espacios físicos (sala de eventos), \$250, (8 cantones),

	alternativos de inversión y financiamiento, dando realce al mercado de valores a través de sus hitos alcanzados a nivel global y nacional.		$\frac{\% \text{informe avance de cantones socializados}}{\% \text{de cantones de la provincia de Pichincha}}$		aplicación en 5 sectores de cada cantón.	
Estrategia de investigación de desarrollo	Desarrollar un proyecto de factibilidad para potencializar la imagen de la bolsa de valores a través de sus indicadores financieros, manejo de políticas e hitos alcanzados, aprovechando el amplio número de Mipymes.	Elaborar el proyecto de factibilidad para promover la imagen de la BV al 100%	$\frac{\% \text{proyecto de factibilidad ejecutada}}{\% \text{proyecto de factibilidad planificado}}$	*Gerente general *Gerente y analista comercial *Asistente de cumplimiento *Gerente de operaciones *analista del	responsable de desarrollar el proyecto de factibilidad se prevé un costo de \$12000	\$12000
	Desarrollar un proyecto de factibilidad del marco político entre el estado y mercado de valores en base a incentivos fiscales, creando medidas de ventajas competitivas, aportando así con el cumplimiento de objetivos del desarrollo sostenible 2030.	Elaborar el proyecto de factibilidad para cambios fiscales	$\frac{\% \text{proyecto de factibilidad ejecutada}}{\% \text{proyecto de factibilidad planificado}}$	consejo nacional de valores *Gerente financiero	responsable de desarrollar el proyecto de factibilidad se prevé un costo de \$15000	\$15000
Estrategia de negocio	Fortalecer la Bolsa de valores mediante la creación de un sistema de lock-in.	Creación del sistema lock-in al 100%	$\frac{\% \text{avance de creación sistema lock - in}}{\% \text{sistema lock - in}}$	*Gerente general *Gerente comercial	Creación del sistema lock-in \$30000	\$30000
Estrategia de cooperación institucional	Gestionar un convenio con el servicio de rentas internas, para el intercambio de información y dar seguimiento a organizaciones de alta evolución económica, con la finalidad de brindar	Cumplimiento pactado en la gestión de convenios	$\frac{\% \text{informe del avance de gestión (convenio)}}{\% \text{convenio gestionado}}$	*Gerente comercial *director de relaciones laborales	Costos del procedimiento equivalente a \$1500	\$1500

	soporte financiero para la introducción al mercado de valores.			*analista del consejo nacional de valores *director de planeación		
	Crear convenios entre la Bolsa de valores e instituciones educativas, municipios y asociaciones para brindar un soporte técnico en base a los sectores financieros, ahorro, inversión y financiamiento, aportando a una cultura en desarrollo.	Cumplimiento pactado en la gestión de convenios	$\frac{\% \text{informe del avance de gestión (convenio)}}{\% \text{convenio gestionado}}$		Costos del procedimiento equivalente a \$100 por convenio. Alcanzar 30 convenios por cantón.	\$24000
Estrategia de gestión	Establecer grupos especializados multidisciplinarios dentro de la Bolsa de valores encargados de direccionar campañas de vinculación y fortalecimiento al mercado de valores.	Creación y asignación de roles a grupos especializados	$\frac{\% \text{avance de creación de grupos multidisciplinarios}}{\% \text{grupos multidisciplinarios planificado}}$	*Analistas de recursos humanos *analista del consejo nacional de valores *Gerente de recursos humanos	Creación y desarrollo de proyectos de campaña \$15000 por cada cantón.	\$120000
Estrategia de marketing	Incrementar el uso de tecnologías de información y comunicación, para promover la imagen y funcionamiento del mercado de valores.	Elevar el uso de TIC para difundir información	$\frac{\% \text{del uso de tecnologías para difundir información}}{\% \text{del uso de tecnologías planificado}}$	*Analista de tecnología *analistas del consejo nacional de valores *Analista comercial *director comercial	aplicación de minis tv en 100 ecovías costo de \$250 u, (25,000); aplicación de 110 vallas \$1200 u, contrato por 4 meses (\$132,000);	\$178000

					emisión de información en tv y redes sociales (\$21,000)	
Estrategia de procedimientos/ aprendizaje	Crear un manual para el sector empresarial (Mipymes) e inversionista para introducirse en la bolsa de valores.	Creación del manual al 100%	$\frac{\% \text{informe del avance de creación del manual}}{\% \text{manual planificado}}$	*Gerente de canales y servicios *analista del consejo nacional de valores *Analistas de canales-servicios	Creador del manual \$600. \$5,00 impresión de manuales, generar ocho mil manuales, el resto vía web (gratuito)	\$40600
Presupuesto						\$435,669

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

3.6. Estrategia comercial

3.6.1. Plan estratégico de comunicación

De acuerdo con la tabla de resumen de estrategias 36-3, en este apartado se presenta en forma detallada la propuesta del plan de comunicación.

De acuerdo con los resultados que se obtuvo a través de las encuestas se puede determinar que los medios de comunicación que tienen mayor potencial en su uso, servirán como un medio informativo acerca del mercado bursátil potencializando así su imagen.

Selección de medios

3.6.1.1. Televisión



Figura 1-3: Televisión

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

En base a las tendencias de los programas más vistos por los televidentes, se debe emitir información acerca de la Bolsa de valores, por ello, se debe generar publicidad en los programas que atraen más audiencias, como telenovelas, noticieros, y partidos de fútbol.

Partes del día: Mañana y noche.

Tiempo: 50s a 1min, tiempo de información – 6 veces al día.

Temas: Rentas fijas y variables.

Duración del contrato: 18 meses.

3.6.1.2. Redes sociales



Figura 2-3: Redes sociales

Realizado por: Peiró, Rosario, 2017.

De acuerdo con las innovaciones de aplicaciones móviles que se han ido generando durante las últimas décadas, el uso de las redes sociales se han convertido en la actualidad parte del diario vivir de la sociedad, indicando que es el factor clave para difundir información en base al mercado bursátil.

Generar estados que sean dinámicos a diario en todas las redes sociales que maneje la Bolsa de valores.

Costear publicidad en redes como Facebook, Youtube e Instagram ya que son las redes más usadas en los últimos cinco años, además, se debe crear contenido en las apps que se viralizan cada semestre con la finalidad de mantenerse siempre informado hasta llegar a la mentalidad de los usuarios.

3.6.1.3. Prensa escrita



Figura 3-3: Prensa escrita

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

El hecho de ser un medio que está a disposición de las personas en cualquier parte del sector urbano, y con una ventaja de que en momentos este tipo de medios se obsequia a los usuarios, esta se convierte en un medio potencial para colocar información del mercado bursátil, incluso se puede constatar que este medio es relevante ya que dentro de la investigación demuestra que la prensa escrita es uno de los medios para informarse acerca de los mercados financieros representando a 103 encuestados que abarca el 38,72%.

Este medio se debe explotar prácticamente de domingo a domingo, con los siguientes acontecimientos:

De lunes a jueves se debe explotar este producto en los espacios que más atrae usuarios, que son los semáforos.

De viernes a domingo se debe explotar este producto en los semáforos, pero también se debe acercarse a los centros comerciales que son los lugares que más abunda en aquellos días. La publicación se lo hará una vez por día, en dos páginas que se sitúen por la mitad del periódico, las cuales contengan información de los instrumentos de la Bolsa de valores, y darle el valor agregado de situar un juego de sopa de letras, para atraer más la atención del usuario, incluso se va a publicar las páginas web del mercado bursátil.

3.6.1.4. Sitios web



Figura 4-3: Sitios web

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

Para llegar a generar visitas constantes a las páginas web en las cuales destacan los artículos científicos, se debe estar pendiente de las actualizaciones de las aplicaciones, porque es el medio perfecto por el cual se puede atacar al usuario y emplear publicidad con links dirigidos al canal de información del mercado bursátil, incluso el estar generando contenido de diversión e información atraerá a la multitud.

Generar 1 hora de información en a través de toda plataforma digital (apps), repartiéndolo por 30 minutos en el transcurso de la mañana, la otra parte por la tarde y noche, en los videos más virales e informaciones más visitadas.

3.6.1.5. Vallas Publicitarias

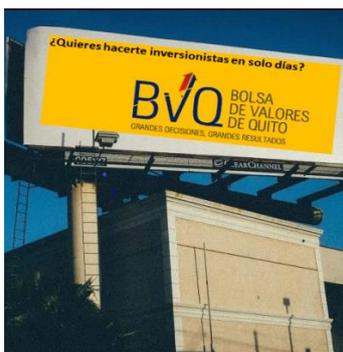


Figura 5-3: Vallas Publicitarias

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

Este medio es plenamente confiable para alcanzar buenos resultados, ya que se colocará información llamativa, breve, precisa y concisa en aquellos sectores y avenidas más transitadas, se considera que es uno de los mejores medios de información en el exterior para llegar a un alto número de personas naturales/jurídicas, ya que la regularidad y permanencia de los usuarios por dirigirse por el mismo camino hacia un lugar en específico se logrará crear impulsos que alcancen a que se investigue de la situación. Plasmar en 30 vallas publicitarias de contenidos de rápida captación en el norte y sur de Quito.

3.6.1.6. EcovíasTV



Figura 6-3: Ecovías Tv

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

Generar apoyo económico por parte del mercado bursátil, con la finalidad de que se incremente en todas las unidades las micro plasmas, para emitir información de la bolsa cada 7 minutos o cada 4 paradas del ecovía-trole, además, se genera un beneficio extra ya que el objetivo también iría enfocado en la parte social, cultural que es la de denuncias de abusos y acoso. Es rentable la emisión de información a través de este medio, ya que en promedio en el trole viajan 325 000 personas en 113 unidades y 272 830 usuarios viajan en el ecovía en 123 unidades, entonces es un potencial para abarcar el tema de la bolsa de valores (Elcomercio.com, 2019).

3.6.1.7. Cine



Figura 7-3: Cine

Realizado por: León Morocho, Jhefferson, 2021.

El espacio de introducción de información del mercado bursátil debe ser propiciada antes de que se dé comienzo a las películas programadas, es la alternativa adecuada para exponer una filtración de un cortometraje acerca de lo que ofrece la Bolsa de valores, se debe exponer de 2 a 3 minutos un instrumento al inicio y final de la programación, con objetivos claros, demostrando que se puede conseguir con esa inversión y demostrar como se puede acceder a ese mercado.

3.6.1.8. Convenios

Crear convenios con empresas públicas y privadas las cuales realicen charlas acerca de las inversiones, fondos de ahorros y financiamiento, dando a conocer como una alternativa el mercado bursátil. También el crear un convenio con el registro mercantil y el servicio de renta interna (SRI), para que sean los intermediarios en difundir la información acerca de los instrumentos de la Bolsa de valores ya que es donde se registran las empresas para iniciar sus actividades.

En cuanto a la participación de los intermediarios mencionados, deben enviar información del mercado bursátil a través de los correos electrónicos y enlaces de las páginas web a su número telefónico, esta información será compartida dos veces al mes, para no hostigar a los usuarios, además se va a emitir papeles volantes al inicio del proceso del registro de las organizaciones.

3.6.1.9. Programas ámbito escolar

La incidencia de la participación de los representantes de la Bolsa de valores es esencial para compartir charlas en los niveles de educación superior y secundaria. La iniciativa de conferencias de la Bolsa de valores, ha sido uno de los ámbitos que en particular ha ido en beneficio de las instituciones superiores, ya que han incidido en explorar un nuevo sector financiero, sin embargo, es indispensable mantener estos programas, pero se debe dinamizar con mayor parte de instrumentos ejemplificados reales. En cuanto a las instituciones de secundaria la participación de los

representantes de las entidades en beneficio deben acudir a las instalaciones para tener mayor influencia e impacto en los activos más valiosos para la sociedad.

Conclusiones

De la investigación llevada a cabo se puede concluir que la Bolsa de valores promueve la inversión, ahorro y financiamiento a corto y largo plazo, siendo esencial para las entidades que participan y se concentran dentro de dicho mercado, ya que le impulsa a mejorar los aspectos productivos, además, la Bolsa de valores es un sector financiero que fortalece e impulsa el desarrollo económico, siendo así que la interacción entre la bolsa de valores y las diferentes entidades promueven un crecimiento empresarial mutuo.

A pesar de que las Mipymes son las que dominan el mercado a nivel global y tienen un impacto relevante en la sociedad e incluso son la esencia para generar un alto nivel de emprendimientos, empleo y dinamización económica no han tenido una participación significativa en la Bolsa de valores, ya que no cumplen con las exigencias regulatorias, lo que casualmente se relaciona con la falta de conocimiento del mercado bursátil.

En conclusión, si la Bolsa de valores no flexibiliza las exigencias regulatorias, las microempresas no tienen la posibilidad de participar en dicho mercado, ya que la mayor parte de ellas no cuentan con un modelo de gestión administrativa y financiera siendo uno de los requisitos para involucrarse con el mercado de valores, además, las tarifas de inscripción y mantenimiento provocarían costos elevados para estas organizaciones siendo esta una limitante para poder ingresar al mercado bursátil.

Finalmente, la investigación permitió identificar la participación e incidencia de negociaciones de las Mipymes en la Bolsa de valores, facultando características del desarrollo y desenvolvimiento de cada una de ellas en el mercado de valores y societario, permitiendo así realizar una matriz FODA, siendo parte esencial para la elaboración y direccionamiento de estrategias del incremento de participación de las organizaciones en la Bolsa de valores.

Recomendaciones

Se recomienda a la Bolsa de valores reestructurar las estrategias actuales de trabajo, con las que se está proponiendo en el trabajo investigativo, para llevar a cabo con el cumplimiento de las actividades productivas de las organizaciones, siendo el mercado de valores uno de los motores principales de generar inversión, financiamiento y ahorro.

A la Bolsa de valores se recomienda fomentar la aplicación de medios de difusión del mercado de valores, para dar a conocer un mercado alternativo financiero y dar a conocer la imagen de la organización, siendo claves para el impulso de un crecimiento a largo plazo, además generar constantemente capacitaciones a nivel zonal de forma equitativa y mejorar la cultura financiera de la sociedad.

Se recomienda a la Bolsa de valores dar prioridad a los convenios con instituciones educativas, asociaciones y municipios, para fomentar capacitaciones en base al sector financiero bursátil, y esta sea considerada una alternativa financiera para las organizaciones.

Bibliografía

- Aval. (15 de 07 de 2019). *Situación de las empresas en la provincia de Pichincha*. Obtenido de <https://www.aval.ec/informacion-general-de-empresas/situacion-de-las-empresas-en-la-provincia-de-pichincha/>
- AvaTrade. (2020). *Qué es un CFD*. Obtenido de <https://www.avatrade.es/cfd-trading/que-es-cfd>
- Banco Central del Ecuador. (s.f.). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Bolsa de valores de Guayaquil: <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/284-bolsa-de-valores-de-guayaquil#:~:text=BOLSA%20DE%20VALORES%20GUAYAQUIL,variable%2C%20principalmente%20acciones%20y%20obligaciones.>
- BBVA S.A. (04 de 2016). *Glosario de bolsa BBVA Trader*. Obtenido de https://www.bbvatrader.com/pdf/Glosario%20de%20Bolsa_es.pdf
- Bolsa de valores de Quito S.A. (2020). *Bolsa de valores de Quito Misión*. Obtenido de <https://www.bolsadequito.com/index.php/quienes-somos-2>
- Bolsa de valores de Quito S.A. (2020). *Bolsas de valores de Quito Visión*. Obtenido de <https://www.bolsadequito.com/index.php/quienes-somos-2>
- BVQ. (2021). *EL MERCADO DE VALORES*. Obtenido de <https://www.bolsadequito.com/index.php/mercados-bursatiles/conozca-el-mercado/el-mercado-de-valores>
- Carranco, R. (2017). LA APORTACIÓN DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES) EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA*. *CIICAE-UIDE*, 1-12. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2018/03/14CA201702.pdf>
- Carranco, R. (2017). LA APORTACIÓN DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES) EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA*. *Universidad Internacional del Ecuador*, 146-157. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2018/03/14CA201702.pdf>
- CEPAL. (2020). MIPYMES en America Latina. *Naciones Unidas*, 1-56. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1900361_es.pdf
- Chejín, S. R. (28 de 06 de 2020). *Las pequeñas y medianas empresas serán, probablemente, las que más sufrirán por la crisis económica del coronavirus. ¿Cómo podrían sobrevivir al impacto de la emergencia?* Obtenido de <https://gk.city/2020/06/28/pymes-crisis-covid19-ecuador/>
- Control Group. (18 de 01 de 2019). *Cómo medir la rentabilidad de una empresa*. Obtenido de <https://blog.controlgroup.es/medir-la-rentabilidad-una-empresa/>
- Díaz, N. (03 de 07 de 2021). *Mercado de valores*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/mercado-de-valores-2.html>
- Echeverri, M. A. (12 de 2020). *MERCADO DE CAPITALES ECUATORIANO [Diapositivas de PowerPoint].SEPS*. Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/documents/20181/969764/Productos+mercado+valores.pdf/8b6db65-285f-41dd-8c0d-db27589d8abf?version=1.0>
- Ekos. (27 de 05 de 2021). *PIB Provincial (Año 2019)*. Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/pib-provincial-ano-2019>

- Elcomercio.com. (16 de 09 de 2019). *Más personas se acostumbran a usar el transporte público de Quito*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/quito/transporte-publico-demanda-restriccion-vehicular.html>
- Escobar, R. A. (04 de 2007). *Medios de difusión, Escuela y Derechos Humanos en México*. Obtenido de https://www.ugr.es/~sevimeco/revistaeticanet/numero6/Ensayos/Medios_de_difusion.pdf
- Gouardères, F. (04 de 2021). *Las pequeñas y medianas empresas*. Obtenido de <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/es/sheet/63/las-pequenas-y-medianas-empresas>
- INEC. (10 de 2020). *Directorio de Empresas y Establecimientos 2019*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2019/Principales_Resultados_DIEE_2019.pdf
- INTER PRESS SERVICE. (26 de 10 de 2020). *Las pequeñas empresas pueden revitalizar el sudeste de Asia*. Obtenido de <https://ipsnoticias.net/2020/10/las-pequenas-empresas-pueden-revitalizar-sudeste-asia/>
- Kapur, R. (30 de 04 de 2020). *ESTADÍSTICAS DE PEQUEÑOS NEGOCIOS 2019*. Obtenido de <https://www.caminofinancial.com/es/estadisticas-de-pequenos-negocios/>
- Konfío. (11 de 06 de 2018). *Capital de trabajo*. Obtenido de <https://konfio.mx/tips/diccionario-financiero/que-es-el-capital-de-trabajo/>
- Lasio, V., & Samaniego, A. (2018). *SOSTENIBILIDAD EN LA MIPYME ECUATORIANA. Escuela de Postgrado en Administración de Empresas (ESP AE)*, 1-9. Obtenido de <https://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2018/02/MIPyMES-Ecuador.pdf>
- López Abellán, J. (18 de 11 de 2019). *Instrumento financiero*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/instrumento-financiero.html>
- López, J. F. (08 de 11 de 2018). *Muestra estadística*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/muestra-estadistica.html>
- López, J. F. (09 de 10 de 2019). *Población estadística*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/poblacion-estadistica.html>
- Mattatall, G. (s.f.). *Instrumentos Financieros y Resultados de Mercado de Valores*. Obtenido de https://supervalores.gob.pa/files/UEI/Capacitaciones_realizadas_al_publico/Instrumentos-Financieros-Cifras.pdf
- Miguel. (11 de 12 de 2020). *Componentes De La Planeación Estratégica: ¿Cuáles Son?* Obtenido de <https://planeacionestrategica.org/componentes/>
- Montenegro, I. D., & Silva, D. P. (2013). *Estudio del impacto del financiamiento de las empresas de la ciudad de Quito en el período 2005-2010 a través de la Bolsa de valores (Tesis de Ingeniería)*. Universidad Politécnica Salesiana, Quito. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5807/1/UPS-QT04169.pdf>
- Ortegón, C. (06 de 05 de 2019). *Planeación estratégica: qué es y cómo hacerla para tu empresa*. Obtenido de <https://blog.inmarketing.co/blog/planeacion-estrategica-que-es-como-se-hace>
- Peiró, R. (05 de 07 de 2017). *Análisis PEST*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/analisis-pest.html>

- Pérez Manzo, O., Rivera Hernández, A., & Solís Granda, L. (2015). Análisis del Mercado de Valores Ecuatoriano como fuente de inversión para las PyMES. *Ciencia Unemi*, 8-15. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/5826/582663827003.pdf>
- pérez, O. (s.f.). *El Financiamineto De Los Pymes A Través Del Mercado De Valores Ecuatoriano*. Obtenido de <http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/bitstream/handle/123456789/981/El%20Financiamineto%20De%20Los%20Pymes%20A%20Trav%C3%A9s%20Del%20Mercado%20De%20Valores%20Ecuatoriano.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ramírez Osorio, J. H., Hoyos Walteros, H., & Redondo Ramírez, M. I. (2019). *Mercado de capitales e introducción al mercado de divisas*. Bogotá: Ediciones de la U. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/127075>
- SUPERCIAS. (2016). *HISTORIA DEL MERCADO DE VALORES ECUATORIANO*. Obtenido de <https://portal.supercias.gob.ec/wps/portal/Inicio/Inicio/MercadoValores/Informacion/Historia#gsc.tab=0>
- SUPERCIAS. (s.f.). *Glosario de la superintendencia de compañías y valores*. Obtenido de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/mv/Glosariomv.pdf
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2020). Los efectos del confinamiento por COVID-19 en la inversión extranjera directa: evidencia de empresas ecuatorianas. *Dirección Nacional de Investigación Económica de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros*, 17. Obtenido de <https://investigacionyestudios.supercias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/08/covid-IED.pdf>
- TATEOSSIAN, B. (19 de 05 de 2020). *COVID-19: Oportunidades de negocio en Estados Unidos*. Obtenido de [Entrada de blog]: <https://www.gedeth.com/blog/2020/05/19/covid-19-oportunidades-de-negocio-en-estados-unidos/>
- Torres Hernández, Z. (2015). *Administración estratégica*. México: Grupo editorial patria. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/39403>
- Torres Hernández, Z. (2015). *Administración estratégica*. México: Grupo Editorial Patria. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/39403>
- Valdés Díaz de Villegas, J. A., & Sánchez Soto, G. A. (2012). LAS MIPYMES EN EL CONTEXTO MUNDIAL: SUS PARTICULARIDADES EN MÉXICO. *Iberóforum*, 126-156. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2110/211026873005.pdf>
- YAN, L. (2015). Situación actual del desarrollo. *orientando*, 1-16. Obtenido de <https://www.uv.mx/chinaveracruz/files/2016/06/2.Orientando-10-Art-2.pdf>
- Zona económica. (s.f.). *Capitalización*. Obtenido de <https://www.zonaeconomica.com/capitalizacion>



Firmado electrónicamente por:
**JHONATAN RODRIGO
 PARREÑO UQUILLAS**

ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTAS A PERSONAS JURÍDICAS (MIPYMES)

Tema: Diseño de estrategias para difundir e incrementar la participación de las Mipymes del sector comercial en la Bolsa de valores provincia de Pichincha.

Objetivo: Fomentar el uso de los mecanismos y sistemas de la Bolsa de valores, a través de un diseño estratégico de difusión, con el fin de impulsar a las pymes del sector comercial en la provincia de Pichincha.

1. **¿Cuál de estas instituciones financieras conoce usted? (puede marcar más de una opción)**
 - Bancos
 - Cooperativas de ahorro y crédito
 - Bolsa de valores
 - Fondos de inversión
2. **¿Cuál de estos sistemas financieros le genera más confianza para invertir o financiarse? (puede marcar más de una opción)**
 - Bancos
 - Cooperativas de ahorro y crédito
 - Bolsa de valores
 - Fondos de inversión
3. **¿Ha escuchado usted acerca de la bolsa de valores?**
 - Si
 - No
4. **Si la respuesta 3 es no ¿Le gustaría conocer acerca de los mecanismos e instrumentos que posee la bolsa de valores? (puede marcar más de una opción)**
 - SI
 - NO
5. **¿Conoce cuál es la función de la bolsa de valores?**
 - SI
 - POCO
 - NADA
6. **Si usted ha escuchado de la bolsa de valores ¿A través de que medios de difusión se ha informado? (puede marcar más de una opción)**
 - TV
 - Radio

- Redes Sociales
 - Periódico
 - Vallas publicitarias
 - Medios de comunicación interpersonal
 - Revistas especializadas
7. **¿Su empresa actualmente cotiza en la Bolsa de valores?**
- Si
 - No
8. **Si su empresa cotiza en la bolsa de valores ¿Qué tipo de inversión suele realizar la organización?**
- Bonos
 - Repos
 - Acciones
 - Pólizas
 - Titularización
 - Ahorros
 - Letras hipotecarias
 - Fondos de inversión
 - Derivados
9. **¿Si su empresa no cotiza en la bolsa de valores ¿En qué variables estaría interesado a incursionar en la bolsa de valores?**
- Bonos
 - Repos
 - Acciones
 - Pólizas
 - Titularización
 - Ahorros
 - Letras hipotecarias
 - Fondos de inversión
 - Derivados
10. **¿Considera usted que el grado de conocimiento que tiene frente a la bolsa de valores es?**
- Excelente
 - Muy Bueno

- Bueno
- Regular
- No tiene conocimiento

11. ¿De dónde proviene su financiamiento?

- Socios
- Accionistas
- Mercado bursátil
- Bancos
- Cooperativas
- Capital propio

12. ¿A través de que medios de difusión, la organización se informa o recibe información financiera? (puede marcar más de una opción)

- TV
- Radio
- Redes Sociales
- Periódico
- Sitios web
- Medios de comunicación interpersonal (fax, correos, teléfono, cartas)
- Revistas especializadas

13. En el caso que ofrecieran capacitaciones gratuitas de la Bolsa de valores como alternativa financiera ¿A través de qué tipo de modalidad asistiría?

- Presencial
- Virtual
- No es de su interés



epoch

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL**

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 17 / 03 / 2022

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: JHEFFERSON DAVID LEÓN MOROCHO
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: FINANZAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: LICENCIADO EN FINANZAS
f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.



Firmado electrónicamente por:
JHONATAN RODRIGO
PARREÑO UQUILLAS

17 / 03 / 2022

0390-DBRA-UTP-2022



epoch

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL**

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 17 / 03 / 2022

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: JHEFFERSON DAVID LEÓN MOROCHO
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: FINANZAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: LICENCIADO EN FINANZAS
f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.



Firmado electrónicamente por:
JHONATAN RODRIGO
PARREÑO UQUILLAS

17 / 03 / 2022

0390-DBRA-UTP-2022