

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE MANABÍ**

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del trabajo de titulación, certifico haber revisado el presente manuscrito de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí, cumpliendo la Normativa del Trabajo de titulación de posgrados; en consecuencia, es apto para su publicación y su difusión.

Tema: ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN DE LAS MIPYMES PARA ACCEDER A LOS PROCESOS DE COMPRAS PÚBLICAS DEL GAD MANTA

Línea de Investigación: GOBERNANZA INSTITUCIONAL

Autor: GONGORA MACIAS FRESIA MARITZA

Mgtr. Verónica Piedad Bravo Santana
CI: 1310342330
Director de Titulación

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE MANABÍ**

ACTA DE LA COMISIÓN ACADÉMICA

CERTIFICADO DE APROBACIÓN

La Comisión Académica aprueba el presente trabajo de titulación en nombre de la
Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Manabí

Tema: ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN DE LAS MIPYMES PARA ACCEDER A
LOS PROCESOS DE COMPRAS PÚBLICAS DEL GAD MANTA

Línea de Investigación: GOBERNANZA INSTITUCIONAL

Autor: GONGORA MACIAS FRESIA MARITZA

Director de Titulación: BRAVO SANTANA VERÓNICA PIEDAD

Firman los miembros del tribunal

Presidente Tribunal

Miembro Tribunal 2

Miembro Tribunal 3

Secretario General
PUCEM

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE MANABÍ
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Este manuscrito no contiene ningún tipo de material que ha sido aceptado para la obtención de un título universitario en otra institución, excepto en forma de información de soporte que ha sido debidamente citada en mi trabajo. Este trabajo es de total responsabilidad del autor, quien declara bajo juramento que ninguna sección de este trabajo de titulación infringe los derechos de otros autores.

Datos de la investigación:

Tema: ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN DE LAS MIPYMES PARA ACCEDER A LOS PROCESOS DE COMPRAS PÚBLICAS DEL GAD MANTA

Línea de Investigación: GOBERNANZA INSTITUCIONAL

Autor: GONGORA MACIAS FRESIA MARITZA

Director de Titulación: BRAVO SANTANA VERÓNICA PIEDAD

GONGORA MACIAS FRESIA MARITZA

CI: 1311848392

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

El presente artículo científico de alto nivel no contiene ningún tipo de material que haya sido aceptado para la obtención de un título universitario en otra institución, excepto en forma de información de sustento que ha sido debidamente citado en esta investigación. Este trabajo es de total responsabilidad del autor por lo que declaro bajo juramento que ninguna sección de esta investigación infringe los derechos de autor de nadie.

(f): _____

Nombre: Fresia Maritza Góngora Macias

C.I.: 1311848392

Dirección: Manta, Urb. Altos de Manta Beach

Correo electrónico: mayi_1806@hotmail.com

Teléfono: 0984207687



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

SEDE MANABÍ

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

TRABAJO DE TITULACIÓN

**ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN DE LAS MIPYMES PARA ACCEDER
A LOS PROCESOS DE COMPRAS PÚBLICAS DEL GAD MANTA**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

GOBERNANZA INSTITUCIONAL

SUBLÍNEA DE INVESTIGACIÓN

GOBERNANZA

PREVIO AL TÍTULO DE

MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

AUTORA

GONGORA MACIAS, FRESIA MARITZA

TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

MGTR. VERÓNICA PIEDAD BRAVO SANTANA

MAYO, 2022

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL
ECUADOR SEDE MANABÍ
CERTIFICADO DE APROBACIÓN**

Tema:

**ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN DE LAS MIPYMES PARA ACCEDER
A LOS PROCESOS DE COMPRAS PÚBLICAS DEL GAD MANTA**

Línea de Investigación: Gobernanza

Autora: GONGORA MACIAS, FRESIA MARITZA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme otorgado una familia maravillosa, quienes han inculcado siempre en mí ejemplo de superación, humildad y sacrificio, porque me han fomentado el deseo de superación y de triunfo en la vida. Gracias a mi esposo por creer en mí y por todo el apoyo constante de mis padres.

A mis docentes y en especial a mi tutor por su ayuda, paciencia y dedicación.

Por último, pero no por eso menos importante a mis amigos del GAD Manta: Viviana, Letty, David y Javier por su motivación, acompañamiento e impulso para tomar esta maestría, en fin, a todas las personas que me apoyaron e hicieron posible que este trabajo se realice con éxito.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo al forjador de mi camino, a mi padre celestial, el que me acompaña y siempre me levanta de mi continuo tropiezo, a mi familia por contribuir incondicionalmente al logro de mis metas y, a mis hijos en especial, a los cuales les deseo reflejar virtudes infinitas, así como bases de responsabilidad y deseos de superación.

RESUMEN

El objetivo de la investigación es establecer estrategias de innovación de las MIPyMES para acceder a las compras públicas del GAD Manta. Para lograrlo se empleó un enfoque mixto, ya que se pudo aplicar las técnicas cuantitativas, es decir, la encuesta que pertenece al enfoque cuantitativo y la cualitativa mediante la entrevista. La población la constituyeron once servidores que laboran en la Dirección de Compras Públicas del GAD Manta, y la muestra fue la censal, es decir, se asumió la totalidad de la población. Como resultados principales se mencionan que las MIPyMES tienen participación mínima en la compra pública, considerando el 50% de los encuestados dijeron que está totalmente de acuerdo en que su participación es mínima y el 30% está desacuerdo con este criterio, lo que en es un aspecto negativo para el crecimiento empresarial y del GAD, siendo los factores predominantes el desconocimiento de la normativa legal, ausencia de estrategias e innovación y planificación. Se concluyó que, la participación de las MIPyMES del GAD Manta es mínima dentro de los procesos de contratación, en virtud de la normativa legal que los favorece, así como de los procedimientos y estrategias innovadoras para ser incluidas.

Palabras clave: estrategias innovadoras, contratación pública, MIPyMES, GAD Manta.

ABSTRACT

The objective of the research is to establish innovation strategies for MSMEs to access public purchases from GAD Manta. To achieve this, a mixed approach was used, because quantitative techniques could be applied, that is, the survey that belongs to the quantitative and qualitative approach through the interview. The population was made up of eleven servers who work in the Public Procurement Unit of GAD Manta, and the sample was the census, that is, the entire population was assumed. As main results, it is mentioned that MSMEs have minimal participation in public procurement, because 50% of the respondents said that they totally agree that their participation is minimal and 30% agree, which is a negative aspect for business growth and the GAD, in addition to a lack of knowledge of legal regulations, absence of strategies and innovation and planning. It was concluded that the MSMEs of the GAD Manta present shortcomings in their preparatory and pre-contractual stage of the contracting processes, since they are unaware of the legal regulations that favor them, as well as of the procedure to be included, in addition to a lack of strategies and strategic plans.

Keywords: Innovative strategies, public procurement, MSMEs, GAD Manta.

CONTENIDO

RESUMEN	v
ABSTRACT.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
Capítulo I Introducción	1
1.1. Planteamiento del problema de investigación.....	1
1.2. Pregunta Científica	4
1.4. Justificación.....	4
1.3. Propósito de la investigación	5
1.5. Objetivos de la investigación.....	5
1.5.1. Objetivo general	5
1.5.2. Objetivos Específicos	5
CAPÍTULO II	7
MARCO TEÓRICO.....	7
2.1. ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA.....	7
2.2. Antecedentes de la investigación.....	8
2.3. Estrategia de innovación.....	10
2.4. Tipos de estrategias de innovación	12
2.5. PyMES	14
2.6. Las PYMES en el contexto legal nacional.....	18
2.7. Estrategia de innovación en las PyMES	19
2.8. Fórmula estratégica empresarial 4Re: reconversión, reinversión, resiliencia y resguardo. 20	
2.9. Contratación pública.....	22
2.10. Procesos de contratación	24
2.11. Marco metodológico.....	25
2.12. Enfoque de la investigación.....	26
2.13. Tipo de Investigación	27
2.14. Nivel de la investigación	28
2.15. Población y muestra	29
2.16. Técnicas de recolección de datos (según enfoque)	30
2.17. Validez y confiabilidad.....	30
2.18. Método o estrategia de análisis de los datos	31
GAD Manta.....	32

Capítulo III.....	34
3.1. Propuesta	34
3.1.1. Tema:.....	34
3.2. Objetivos de la Propuesta	35
3.2.1. Objetivo General	35
3.2.2. Objetivos Específicos	35
3.3. Estructura de la Propuesta	35
3.4. Discusión de los resultados.....	59
CONCLUSIONES	61
RECOMENDACIONES	62
Bibliografía	63
ANEXOS	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Tipos de estrategias de innovación</i>	12
Tabla 2. <i>Muestra</i>	29
Tabla 3. <i>Rango de confiabilidad del instrumento</i>	31
Tabla 4. <i>Estadística de fiabilidad</i>	31
Tabla 5 <i>Matriz FODA</i>	37
Tabla 6. <i>Estrategia 1</i>	38
Tabla 7. <i>Estrategia 2</i>	39
Tabla 8. <i>Elementos necesarios para la obtención de información por parte de las MIPyMES</i>	40
Tabla 9. <i>Estrategia de comunicación que debe desarrollar el GAD Manta</i>	41
Tabla 10. <i>Estrategia 3</i>	42
Tabla 11. <i>Estrategia 4</i>	43
Tabla 12. <i>Estrategia 5 Gestión para la contratación pública</i>	44
Tabla 13. <i>Procesos de contratación pública</i>	45
Tabla 14. <i>Compras públicas</i>	46
Tabla 15. <i>Asignación de compras públicas para grandes empresas</i>	47
Tabla 16. <i>Número de solicitudes de compras de MIPyMES</i>	48
Tabla 17. <i>Cumplimiento de cada proceso de contratación</i>	49
Tabla 18. <i>Normativa legal referente a las compras públicas</i>	50
Tabla 19. <i>MIPyMES generan al alto índice de empleos</i>	51
Tabla 20. <i>Participación mínima en la compra pública</i>	52
Tabla 21. <i>Etapas preparatorias que favorece a las MIPyMES</i>	53
Tabla 22. <i>Registro de las MIPyMES</i>	54
Tabla 23. <i>Diferentes tipos de procedimiento de contratación</i>	55
Tabla 24. <i>Fase contractual</i>	56
Tabla 25. <i>Fase contractual</i>	57

Tabla 26. Estrategias para acceder MIPyMES a los procesos de contratación	58
--	-----------

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Estructura de la propuesta.....	35
Figura 2 Procesos de contratación pública	¡Error! Marcador no definido.
Figura 3 Compras públicas	¡Error! Marcador no definido.
Figura 4 Asignación de compras públicas para grandes empresas	¡Error! Marcador no definido.
Figura 5 Número de solicitudes de compras de MIPyMES.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 6 Cumplimiento de cada proceso de contratación	¡Error! Marcador no definido.
Figura 7 Normativa legal referente a las compras públicas	¡Error! Marcador no definido.
Figura 8 MIPyMES generan al alto índice de empleos.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 9 Participación mínima en la compra pública	¡Error! Marcador no definido.
Figura 10 Etapas preparatorias que favorece a las MIPyMES	¡Error! Marcador no definido.
Figura 11 Registro de las MIPyMES	¡Error! Marcador no definido.
Figura 12 Diferentes tipos de procedimiento de contratación	¡Error! Marcador no definido.
Figura 13 Fase contractual	¡Error! Marcador no definido.
Figura 14 Fase contractual	¡Error! Marcador no definido.
Figura 15 Procesos de contratación	¡Error! Marcador no definido.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del problema de investigación

A nivel mundial, de acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL (2020), existe un lento crecimiento en el sector económico, mientras que se ha acelerado la revolución tecnológica, de tal manera que, las compras en el sector público y privado se efectúan por medio interactivos. Asimismo, las micro, pequeñas y medianas empresas, en adelante MIPyMES, no deben estar excluidas del proceso de compras e innovación, en virtud de que el 99% de las empresas formales que están constituidas en latinoamericanas son MIPyMES, por ende, el 61% del empleo formal es generado por las mismas.

El desempeño eficiente del sistema de compras públicas para el desarrollo de la economía de un país ha tomado relevancia en los últimos años, manifestándose en la implementación de leyes y reglamentos que modernizan los procesos y los hacen más competitivos y transparentes, empleando procedimientos electrónicos e incluyendo a las micro, pequeñas y medianas empresas como oferentes así también a la ciudadanía como parte veedora de los procesos de contratación pública.

Las contrataciones del Estado tienen como objetivo la provisión de bienes, servicios y obras públicas para la comunidad, el proceso de compras públicas es fundamental para el desarrollo de los países y de las comunidades, siendo el estado es un gran comprador que ha impulsado la competencia, la promoción de la industria local, así como el estímulo de participación de las MIPyMES trayendo consigo como resultado el incentivo al empleo.

Ahora bien, Crespo et al., (2019), explican que, el fomentar la compra pública entre las MIPyMES, es un principio que le permite la inclusión de las mismas dentro del desarrollo de la localidad, región y nación, por cuanto genera una mayor producción, ya que las mismas representan el 90% de las empresas que contribuyen a la creación de empleos, y junto a ello, al progreso, contribuyendo con ingresos para el estado e inyección de capital para la economía.

De acuerdo a lo expuesto por el autor anterior, las pequeñas y medianas empresas representan más del 90% de las empresas de América Latina y el Caribe, es por ello que existe un amplio consenso sobre la importancia de este tipo de empresas en el desarrollo económico de los países. Sin embargo, las mismas se enfrentan a una serie de dificultades a la hora de acceder y competir en los mercados en general, y en el mercado de las compras públicas en particular, por lo tanto, las MIPyMES cumplen un rol fundamental, pues con su aporte ya sea produciendo y ofertando bienes y servicios, demandando y comprando productos, constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación de empleo.

Ahora bien, en el Ecuador existen, según la última estadística emitida por el Instituto Nacional de Estadística y Censos, en adelante INEC (2021), para el 2019, existen 882.766 empresas de las cuales el 99.5% se consideran como MIPyMES. Es decir, las micro, pequeñas y medianas empresas, son las que generan empleados y contribuyen con el crecimiento del país. En este sentido, los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales (GAD's), son entidades públicas que pertenecen al Estado en función de lo establecido en la Constitución de la República, quienes gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana.

Conforme el análisis realizado se puede determinar que el estado ecuatoriano cumpliendo un rol fundamental de la contratación pública deberá seguir apoyando la creación de un mercado de adquisiciones con relevancia por su integridad y conducta ética que ayude al registro y monitoreo de la MIPyMES con el fin de que puedan tener una mayor participación y evolución, implementando procedimientos más simple, rápidos, transparentes cuya tendencia este enmarcada hacia el fortalecimiento institucional y funcionamiento del mercado, sobre la base de una consolidación, de su marco normativo y regulatorio, fomentando así una participación más activa de la mismas.

Así mismo, en relación a lo citado por Carlo Ferraro en su artículo apoyando a las PyMES: Políticas de Fomento en América Latina y el Caribe del año 2011, en cuyo contexto señala que es necesario que las MIPyMES fortalezcan sus propuestas al Estado, como una respuesta de responsabilidad sobre la estrategia de cambio de la matriz productiva, con el fin

de convertirse y construir una alternativa frente a los modelos de producción de individualismo y consumismo, generando organizaciones, que permitan elevar los niveles de productividad, calidad y competitividad, en este contexto con la finalidad de generar un desarrollo sostenido en los países, que comprende el aspecto económico, social, educativo, cultural, de salud, urbanístico y social, entre otros.

Citando lo señalado por, Guerrero (2021), señala que en los GAD's Municipales de Chambo y de Riobamba, existe una ineficiencia en la planificación y en la ejecución de los procedimientos de contratación de subasta inversa, así como del y catálogo electrónico, lo que conduce hacia el incumplimiento de las contrataciones públicas, lo cual impacta negativamente en las PyMES. Por tanto, existen muchos procesos de contratación pública que incumplen con la publicidad hacia los proveedores, sin contar con un monitoreo y regulación.

En concordancia con lo antes descrito, por López (2018), el cual indica que es necesario que las MIPyMES cuenten con las herramientas necesarias en el desarrollo de innovación y emprendimiento en las ventajas competitivas para su participación de las compras públicas, es decir, que puedan contar con una mayor planificación de administración estratégica, asociativas, innovación de nuevas transferencias tecnológicas generando valor agregado de producción nacional, capacitadas con conocimientos, para la vinculación al desarrollo de la productividad, la planificación prospectiva sobre el desarrollo económico del País y de la integración en la región. Desde esta perspectiva, es necesario que se implementen mecanismos y controles necesarios, para evitar que los proveedores presenten varias ofertas en un mismo proceso.

De ahí que, una situación similar se observa en el GAD Manta, donde la contratación pública incluye un mayor número de grandes empresas, y en un menor número a las MIPyMES, por ende, existe una participación mínima de micro, pequeñas y medianas empresas en los procesos de contratación pública, lo que conlleva a decir que, existe carencia en término de igualdad de oportunidades.

Es por ello, el origen de la presente investigación, con el fin de poder mostrar el desarrollo de la contratación pública y su impacto en la gestión de las MIPyMES, siendo su

objetivo principal el emprendimiento y la participación nacional, con el propósito de fortalecer la producción nacional en generar bienes o productos.

Por cuanto las MIPyMES, necesitan fortalecer sus propuestas al Estado, como una respuesta de responsabilidad sobre la estrategia de cambio de la Matriz Productiva, así como para convertirse y construir una alternativa frente a los modelos de producción de individualismo y consumismo, generando organizaciones, que permitan elevar los niveles de productividad, calidad y competitividad. De esta manera, se aspira contribuir con el fortalecimiento del Sistema Nacional de Compras, mediante la organización de las adquisiciones en el país y la promoción de la transparencia en las compras públicas.

1.2. Pregunta científica

¿Contribuye el Sistema Nacional de Contratación Pública al fortalecimiento de las estrategias para acceder MIPyMES a los procesos de contratación pública del GAD Manta?

1.4. Justificación

El desarrollo del país depende en gran medida de la eficacia, eficiencia y efectividad de la gestión pública que se realice en los GAD's. Por tanto, se considera que la conveniencia de la investigación radica en el estudio de las estrategias innovadoras que permitan a las MIPyMES acceder a las compras públicas del GAD Manta. Asimismo, posee su relevancia institucional, porque permitirá al GAD Manta ser parte de los mecanismos para la implementación, fortalecimiento y desarrollo de las MIPyMES, utilizando procedimientos adecuados que contribuyan a incrementar su participación como proveedores del Estado.

Desde este contexto, la relevancia colectiva se basa que este estudio permitirá contribuir con el fortalecimiento del Sistema Nacional de Compras, mediante la organización de las adquisiciones en el país y la promoción de la transparencia en las compras públicas, fomentando la asociatividad, privilegiando al ser humano sobre el capital, impulsando las formas de organización al sector comunitario, sector asociativo, sector cooperativo y a las unidades económicas y populares, que son emprendimientos unipersonales, familiares, domésticos, comerciantes minoristas y artesanos.

El argumento anterior, se redirige hacia valor teórico, ya que porta teorías, conceptos como las estrategias de innovación y las compras públicas, desde la perspectiva de diversos autores que permiten ampliar la comisión del tema. Por tanto, la utilidad metodología se basa en que servirá de sustento a otras investigaciones que se relacionan entre sí, además se emplean el paradigma socio-critico, de enfoque mixto, donde se utilizarán como técnicas e instrumentos de recolección de datos la entrevista y la encuesta; las cuales permitirán analizar y describir los procesos de contratación pública y la participación de las MIPyMES en las mismas. Es por ello que se considera una investigación viable y factible porque se sustenta en un proceso científico, de análisis objetivo que da cientificidad a la misma, otorgándole esa factibilidad.

1.3. Propósito de la investigación

La investigación tiene como propósito establecer estrategias de innovación de las MIPyMES para acceder a las compras públicas del GAD Manta. En virtud que el estudio permitirá contribuir con el fortalecimiento del Sistema Nacional de Compras, tiene implícito entre su propósito beneficiar a las MIPyMES y el GAD, por cuanto al desarrollar su actividad económica, no solo impulsa su propio desarrollo financiero, sino que genera empleos impactando positivamente al país, promoviendo una cadena de evolución productiva, por ende, beneficia empresa-sociedad-GAD-país.

1.5. Objetivos de la investigación

1.5.1. General

Establecer estrategias de innovación de las MIPyMES para acceder a las compras públicas del GAD Manta.

1.5.2. Específicos

- Determinar las estrategias de innovación de las MIPyMES que participen en los procesos de contratación del GAD Manta.
- Describir los procesos de contratación donde exista mayor participación de las MIPyMES en el GAD Manta.
- Analizar las estrategias de innovación de las MIPyMES para participar en los procesos de contratación del GAD Manta.

Asimismo, la investigación se suscribe el enfoque mixto, porque se emplean los enfoques cuantitativos y cualitativos para la obtención de los datos e información necesarios y que son del interés del investigador se utiliza las técnicas e instrumentos de ambos. El nivel es el descriptivo, que consiste caracterizar el fenómeno de estudio, por lo que permite observar la interacción de cada uno de los eventos sin la interferencia de factores ajenos a él, que pudieran alterar los resultados, por lo que se limita a describir y no relacionar.

Mientras que uno de los tipos con que se realizó el presente estudio es el bibliográfico porque emplea la utilización de datos secundarios como fuente de información. Por tanto, se lo utiliza para buscar, recolectar y analizar los distintos enfoques, desde repositorios de universidades nacionales e internacionales, revistas científicas, sitios web oficiales, documentos jurídicos, etc., los cuales sustentan la investigación y aportan conceptos relevantes, de esta manera es posible el sustento teórico. También se emplea el tipo de campo, que comprende el coleccionar los datos directamente de la realidad donde se produce el problema por lo que se les considera como la fuente primaria, porque los suministran los sujetos o muestra de estudios, en este caso los servidores que laboran en la Dirección de Compras Públicas del GAD Manta.

Este argumento permite exponer la pregunta científica del estudio: ¿Contribuye el Sistema Nacional de Contratación Pública al fortalecimiento de las estrategias para acceder MIPYMES a los procesos de contratación pública del GAD Manta?

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Estado del arte y la práctica

De acuerdo a lo señalado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC (2017), las pequeñas y medianas empresas representan más del 90% de las empresas de América Latina y el Caribe y su aporte es importante en términos de empleo y en menor medida en el producto, es por ello que existe un amplio consenso sobre la importancia de este tipo de empresas para el desarrollo económico de los países. Sin embargo, las mismas se enfrentan a una serie de dificultades a la hora de acceder y competir en los mercados en general, y en el mercado de las compras públicas en particular, considerando que, las MIPYMES cumplen un rol fundamental, pues con su aporte ya sea produciendo y ofertando bienes y servicios, demandando y comprando productos, constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación de empleo.

Así mismo, en relación a lo citado por Ferraro en su artículo apoyando a las PyMES: Políticas de Fomento en América Latina y el Caribe del año (2011), en cuyo contexto señala que es necesario que las MIPyMES fortalezcan sus propuestas al Estado, como una respuesta de responsabilidad sobre la estrategia de cambio de la matriz productiva, con el fin de convertirse y construir una alternativa frente a los modelos de producción de individualismo y consumismo, generando organizaciones, que permitan elevar los niveles de productividad, calidad y competitividad, en este contexto.

Además se cita lo señalado por López (2018), en su publicación “La contratación pública y su impacto en la gestión de las MIPyMES de Manabí, Ecuador” en el cual indica que es necesario que las MIPyMES cuenten con las herramientas necesarias en el desarrollo de innovación y emprendimiento en las ventajas competitivas para su participación de las compras públicas, es decir, que puedan contar con una mayor planificación de administración estratégica, asociativas, innovación de nuevas transferencias tecnológicas generando valor agregado de producción nacional, capacitadas con conocimientos, para la vinculación al desarrollo de la productividad.

De acuerdo a lo antes descrito, en todos países el crecimiento económico es uno de los objetivos que se plantean los gobiernos y las entidades que conforman el sector público, puesto que los agentes económicos funcionan de manera directa entre sí. Por tanto, poseen una estructura que se consolidan en organizaciones, tanto gubernamentales como no gubernamentales, entre los GAD's. Cada uno de ellos, poseen mecanismos que les permite utilizar las herramientas como los lineamientos estratégicos gerenciales, necesarios para lograr los ingresos, a través de la contratación pública.

Como parte de este argumento, se encuentra la postura de Sisa (2022), en su tesis titulado: Propuestas para mejorar la contratación e inclusión de las pequeñas y medianas empresas en el sistema de contratación pública del Ecuador, explica que es necesario la gestión de alternativas o estrategias dirigidas a mejorar la inclusión y participación de las pequeñas y medianas empresas, dentro del sistema nacional de contratación pública del Ecuador, por cuanto las PyMES representan el 90% de los empleos formales, por ende, contribuyen al desarrollo del país.

Desde la perspectiva Guerrero (2021), en los GAD's Municipales de Chambo y de Riobamba, la gestión de contratación pública del grupo de MIPyMES estudiadas, evidenciaron una deficiencia en dicha gestión, ya que desconocen cuáles son sus necesidades reales. Esto impacta negativamente en el crecimiento y desarrollo de los GAD's, porque las MIPyMES generan empleos, y el empleo genera ingresos, productividad, además involucra a la sociedad en general porque, son los ciudadanos quienes serán los principales beneficiarios de esa contratación pública.

2.2. Antecedentes de la investigación

En el Informe Consultor Nacional Experto en Investigación de Casos Legales de José Guillermo Jiménez, emanado por el Baco Interamericano de Desarrollo - BID (2013), se aplicó una metodología de investigación cuantitativa considerando que se realizaron diversas tareas para cumplir con los objetivos planteados, entre las que se pueden citar, las siguientes: se seleccionó una muestra representativa del universo de empresas registradas como Proveedores de Estado, se realizó visitas de inspección a los domicilios seleccionados en la muestra.

Adicionalmente en dicho estudio se determinó el incumplimiento de los artículos 25 y 26 que ordena a las instituciones del Estado a comprar a las MIPyMES, entre un 15-20% de sus bienes y servicios, aunque se conoce el rol de la Dirección General de Contrataciones Públicas (DGCP), organismo rector del sistema de compras y contrataciones de bienes, servicios, obras y concesiones del Estado, para hacer cumplir la legislación en esta materia. Si las instituciones públicas cumplieran con lo referido en dicha ley esas empresas estarían en reales condiciones para cumplir con lo esperado. El sector de las MIPyMES constituye la fuerza más dinámica e importante para el desarrollo económico y social del país.

Dentro de los objetivos de esta ley, está crear un marco que regule y promocioe el desarrollo social y económico nacional, a través del fortalecimiento de la razonable competencia, buscando así promover la formación de mercados altamente competitivos, mediante el fomento a la creación y desarrollo de una mayor cantidad de MIPyMES

Argumenta el autor que, el sector de las MIPyMES constituye la fuerza más dinámica e importante para el desarrollo económico y social del país. Dentro de los objetivos de esta ley, está crear un marco que regule y promocioe el desarrollo social y económico nacional, a través del fortalecimiento de la razonable competencia, buscando así promover la formación de mercados altamente competitivos, mediante el fomento a la creación y desarrollo de una mayor cantidad de MIPyMES.

Se realizó una revisión a nivel nacional del enfoque objeto del presente estudio, resaltando lo indicado en el trabajo de Ruiz y Coronado (2015), quienes aplicaron diferentes métodos, que les permitieron cumplir con la hipótesis planteada, alcanzando los objetivos propuestos, entre los cuales se cita el análisis sobre políticas sociales, económicas y la discapacidad como tal, se consideraron diferentes técnicas relacionadas con procedimientos deductivos, también se tomaron en cuenta los hechos históricos del tema a tratar, concluyendo en dicho informe que las pequeñas, medianas empresas, así como los actores de la economía popular y solidaria son el motor de la economía en el Ecuador constituyendo la principal fuente generadora de empleo en el país.

2.3. Estrategia de innovación

Resulta importante para lograr sustentar la base teórica de la presente investigación, tomando en cuenta los aportes dados por distintos autores respecto a las estrategias innovadoras planificación, se puede apreciar de manera más profunda los beneficios y ventajas que proporciona la estrategia de innovación. David (2016), describe las siguientes características:

- Se basa en la filosofía del deber y del ser.
- Se enfoca en los valores e intereses de la sociedad, la cual debe ser parte indispensable dentro de la planificación.
- Es un método integral, holístico, donde confluye lo humano, las dimensiones del vivir, del hacer, ser.
- Posee una visión integracionista y de participación social a largo plazo;
- Es flexible, por lo que se adapta de manera continua a la realidad;
- Se apoya en la toma de decisiones en conjunto y en el análisis de la coyuntura, por lo que procura involucrar a todos los agentes sociales;
- Reconoce el potencial humano y gestionar soluciones considerando a las personas como parte indispensable para dichas soluciones
- Los procesos de ejecución de las funciones administrativas se enfocan en la participación de la comunidad como gestores.

Por tanto, se puede considerar como un modelo de acción para la búsqueda de conocimiento, es por ello que deben estar concatenados con los nuevos paradigmas, entonces, dichas estrategias serán el conjunto de herramientas o acciones operativas que utiliza el gerente para procurar cambios efectivos en el desarrollo de la organización del presente hacia el futuro a través del cumplimiento de las funciones administrativas y dirigidas a impulsar una cultura tributaria.

Para referir lo que es la conceptualización de estrategia de innovación se cita a Robledo, (2017), quien la define como “el conjunto de decisiones organizacionales en materia de innovación, que comprometen en el largo plazo el desarrollo de la empresa, en un marco de ambiente empresarial, para contribuir al logro de los objetivos corporativos y de negocio” (pág. 17). Significa entonces que la estrategia de innovación está estrechamente ligada a la gestión que se puedan realizar en materia de conocimiento en todas y cada una de las empresas, con la finalidad de crear innovaciones destacadas a través de la exploración de oportunidades.

Para poder tramitar el conocimiento en las estructuras organizativas como pieza elemental de la estrategia de innovación, según Henao & Cardona (2010), se conviene considerar los cuatro pilares de la gestión del conocimiento: personas, cultura, procesos y tecnología, además, el planteamiento e implementación de estrategias apropiadas, articular y direccionar estratégicamente la gestión del conocimiento, definir postulados y alinear una estrategia de innovación acorde con el medio de la empresa (pág. 10)

A lo antes mencionado se debe aludir lo que sustenta Fernández (2018), quien puntualiza el término innovación como:

Acción de innovar. Novedad que se introduce en una cosa, siendo la innovación, la acción de introducir algo novedoso, puede ser considerada en este sentido tan amplia como la vida misma, donde su contenido y alcance también se han desarrollado a lo largo de la historia. La innovación como proceso histórico sociocultural y económico, nació con el hombre y la generalización de esta capacidad fue y sigue siendo además uno de los principales atributos que lo distingue del resto de los animales (pág. 3).

Incuestionablemente que la noción de innovación es reconocida como complejo, que no se considera posible de puntualizar con escasas frases. A lo que se puede aludir que existen diferentes modos de innovaciones, para ello se cita a Fernández (2018) quien las simplifica sintetizándolas en dos grandes grupos:

1. Directas o tangibles, son las que producen resultados de aplicación inmediata como por ejemplo mejoras de medicinas; comunicaciones más eficientes; accesos más directos al conocimiento (CD-ROM, DVD); mejora de condiciones de trabajo; tecnologías menos contaminantes; servicios públicos más eficaces.
2. Indirectas e intangibles, las que suponen generación de conocimiento (pág. 23).

Con referencia a lo anterior, vale mencionar que el desarrollo del proceso innovador, según Cervilla (2002), se ha estudiado a partir de dos enfoques:

el primero, la visión tradicional del proceso de innovación como un proyecto con identidad estable en el tiempo, progresando a través de una serie de etapas o fases que daban lugar a un resultado final claramente predecible e interpretable como éxito o fracaso. Este primer enfoque ha sido sustituido por un segundo enfoque que considera a la innovación como un proceso aleatorio, de acuerdo con esta concepción la única manera de incrementar la capacidad de innovar de las organizaciones sería exponiéndola a una corriente de 65 eventos fortuitos, de acuerdo con éste, la innovación no pudiera ser gerenciada o estimulada (pág. 6).

2.4. Tipos de estrategias de innovación

Con relación a los tipos de estrategias de innovación, Canós (2015), sustenta la existencia de diversos tipos de estrategias de innovación, “dentro de las cuales sobresalen seis tipos más frecuentes: ofensiva, defensiva, imitativa, dependiente, tradicional y oportunista o de nicho” (pág. 2). La tabla 1 se exhibe las características de cada tipo de estrategias de innovación empresarial.

Tabla 1
Tipos de estrategias de innovación

TIPO	CARACTERÍSTICAS
Ofensiva	La organización busca sobresalir en materia tecnológica para potenciar la comercialización permanente de nuevos productos
Defensiva	Es implementada por las empresas que imitan al líder tecnológico, por consiguiente, son consecuentes en no liderar los mercados, aunque no pretenden quedarse rezagadas.

Imitativa	Las empresas buscan imitar la forma de proceder de otras empresas, pero centrándose en entornos específicos que tienen beneficios como protección arancelaria o políticas que favorezcan la reducción de los costos de producción
Dependiente	La innovación en la empresa depende de la contratación de servicios. Las filiales dependen de la casa matriz
Tradicional	La empresa realiza siempre el mismo proceso productivo. Generalmente, son empresas de tipo monopolio localizado. En general, se adoptan tecnologías de proceso disponibles en el sector al alcance de la mayoría de las empresas
Oportunista o de nicho	Se ofrecen productos o servicios muy concretos o especializados. Se busca satisfacer las necesidades y demandas de grupos pequeños de la población con características homogéneas.

Fuente: Elaboración propia con base en (Canós, 2015).

Con referencia a lo anterior, Canós, (2015) resalta que “la mejor estrategia de innovación para una empresa es la que se ajusta a su contexto interno y externo, permitiendo incluso que determinado grado de pasividad en materia de innovación sea provechoso para la organización” (pág. 4)

Lo antes mencionado, refiere a que las organizaciones les conviene precisar de qué forma serán su estrategia de innovación y, a través de ellas, orientarse en desplegar los contenidos de innovación que la sobrelleven y le consientan activarse.

Para Mendoza (2018), elaborar una buena estrategia de innovación las PyMES deben sacar provecho de aspectos exógenos que pueden resultar adversos, como la alta competencia y abundancia de productos poco diferenciados. Para esto las PyMES han de mirar nuevos horizontes y ampliar su perspectiva, echando mano de la imaginación organizacional como base de la trascendencia, para lo cual deberán sortear problemáticas como la falta de personal creativo, negación de tiempo para crear a los empleados, pocos incentivos para innovar, gastos reducidos en innovación y centralización de la innovación en la gerencia (pág. 45)

En este orden de ideas se puede aludir, que la innovación es representa desafío para las empresas, y muy específico para las PyMES, en virtud que en su progreso se compromete el triunfo de las actividades comerciales y la estabilidad de la organización, la estrategia de innovación de las PyMES reclama tareas positivas, en las cuales es legítimo posesionarse la innovación a partir de una doble configuración. Para Robledo (2017), “las PyMES orientan sus objetivos hacia el desarrollo exitoso de las actividades en el corto plazo asegurando los procesos productivos y, sinérgicamente, al establecimiento de las orientaciones y decisiones estratégicas (pág. 41)

2.5. PyMES

Las pequeñas y medianas empresas (PyMES), según a García, (2020), “son iniciativas que cuentan con un número reducido de trabajadores, incluyendo al emprendedor que genera una idea la cual es desarrollada para obtener un beneficio económico” (pág. 19). Es importante destacar que, en muchos países la clasificación cambia según sus requerimientos y normativas de control como sería el monto de ingresos generados en anualmente, así como el número de producción.

De acuerdo con Carvajal (2018), las PyMES son las siglas que significan Pequeñas y Medianas Empresas, las cuales tienen como características el empleo de pocas personas. Para ello, se consideran tres (3) tipos de empresas, en función de su plantilla de trabajadores y su balance económico.

- Microempresa: está constituida hasta por diez (10) trabajadores, el volumen o balance anual no sobrepasa el límite mínimo.
- Pequeña empresa: denominada así, porque el número de trabajadores oscilan entre los 10 y 50. Su volumen anual es superior a la microempresa.
- Medianas Empresa: el número de trabajadores será inferior a los 250.

Para calcular la plantilla, se debe considerar al personal que labora a tiempo completo, parcial y por temporadas. Asimismo, se incluyen al personal asalariado, aquellos que trabaja para la empresa que poseen una conexión o vinculo de subordinación, y que por ley le corresponde sus prestaciones de servicio. Por otra parte, los aprendices o alumnos de

formación profesional, no se consideran parte de la plantilla, así como tampoco los permisos parentales por maternidad (Carvajal, 2018).

Ahora bien, el autor citado en párrafo precedente, explican que las PyMES, ayudan a desarrollar y dinamizar la economía local, regional o nacional, la cual se extiende a un nivel más globalizado, hacia el resto del mundo, ya que mantiene un proceso económico constante y sostenido, dentro de sus beneficios se observan los siguientes: mejora los ingresos per cápita; generan oportunidades de empleos, lo que impacta positivamente el desarrollo de la sociedad, en este caso la ecuatoriana y, es fuente de inspiración a otras personas que deseen emprender sus negocios.

En Ecuador de acuerdo con el INEC (2021), están registradas: microempresa 862696 que equivale al 91,35%; pequeña empresa 63814 que es el 6,75%; mediana empresa “A” 8225, representan el 0,9%; mediana empresa “B”: 5468 las cuales son el 0,6%; y Grande empresa 4033 que son el 0,4%. Para un total de 944236 empresas. Por tanto, las MIPyMES representan la mayor fuente de trabajo, por lo que impulsa el desarrollo de una localidad, región y de la nación ecuatoriana.

En este sentido, las PyMES en la actualidad, desempeñan un rol de suma importancia en aquellos países industrializados, como en vías de progreso. Estos aportan al avance económico, siendo creadoras de empleo e inspiradoras de progresos en el medio ambiente local, poseen el potencial de servir como un significativo aporte al compromiso laboral de la empresa. Según Bianchi (2017), las PyMES:

Poseen ventajas competitivas importantes referidas a su tamaño y flexibilidad que les permite una respuesta rápida a los cambios del entorno y facilita su integración como eslabón en cadenas productivas; como proveedores eficientes de bienes intermedios o finales y de servicios en esquemas de subcontratación nacionales o internacionales que alimentan el surgimiento de empresas nacionales más grandes. Por otra parte, presentan desventajas aparentes respecto a la vulnerabilidad a los ciclos recesivos y la desaceleración de la economía, presentan baja inserción externa y las que lo hacen, compiten principalmente en precios con escasa diferenciación (pág. 39).

Es decir, si crece la economía crecen los negocios, por ende, las plazas de trabajo; de igual forma aumenta la producción y el consumo lo que significaría que las rentas que el gobierno recaudaría serían más altas, lo que representa mayor capital disponible para que el estado pueda promover proyectos y mejoras de los bienes públicos que están a disposición de la sociedad.

Según, la Ley de Compañías (2017) mediante el artículo 428, en Ecuador, se establece que “las PyMES pueden ser asociaciones de formalidades. Y a su vez exige que todas estas unidades de negocio deben cumplir con lo establecido en la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno y Registro Único de Contribuyentes (RUC)”

En el orden de las ideas anteriores, es importante aludir que en la actualidad las PyMES que se localizan en actividades comerciales, se exhiben en varias representaciones y dimensiones, consiguiendo ser representada por un solo dueño, con independencia para desplegar diferentes actividades de fabricación, mercantilización o asistencia de productos, con la finalidad de conseguir un beneficio económico. Según a la información procedente del Estudio de Gestión Competitiva de las PyMES en el Ecuador, constituyen el 95% de los aparatos productivos.

En efecto, hace ya mucho tiempo se efectúan indagaciones periódicas relacionada con el desarrollo de las PyMES en el Ecuador, pudiéndose evidenciar que, aunque simbolizan un peso significativo en lo que representa los escenarios de la producción y la comercialización, su avance organizado y práctico no muestra progresos.

En tal sentido, las PyMES, les conviene poseer un medio de innovación que les consienta forjar importe agregado y que les admita innovar perennemente, dos factores esenciales para conservar la ventaja competitiva en el mundo del mercado. De tal forma que se suprima la actuación ocasional de la estrategia de innovación. Según Mendoza, (2018),

Un ejemplo de lo anterior es que se ha detectado que tres de once empresas, cuando alcanzaban un producto innovador exitoso, suspendían la innovación para dedicar el personal a la operación con el fin de satisfacer la demanda en alza (pare), pero cuando el producto nuevo decaía, salían apresuradamente a desarrollar un nuevo producto que lo sustituyera (siga) (pág. 32).

Cabe agregar que, en una PYME, el conocimiento se determina por ser implícito, irreflexivo, asimilativo, desnudo y ligeramente aplicable. Para Cimoli (2017). De manera que, una herramienta para mantener la ventaja competitiva es el control de la innovación que se logra mediante el secreto industrial, manejo de la oportunidad, capacidad tecnológica, conformación de marca y fidelización

De acuerdo con los razonamientos que se han venido realizando, López y Robledo (2016), concluyen que:

Muchas de las problemáticas por las cuales atraviesan las PyMES derivan de tres grandes aspectos: su limitación para el acceso a financiación, ya sea por el bajo uso de los instrumentos, por la falta de acceso a estos o por el simple desconocimiento; la tecnología precaria, debido a una frágil cultura investigativa; el bajo relacionamiento de la organización con los entes investigativos como la universidad y los centros de investigación y, finalmente, la identificación de deficiencias en la gestión organizacional (pág. 10).

Por lo antes mencionado, es importante señalar lo sustentado por Mendoza (2021), quien refiere que:

El sector de pequeñas empresas en el período de estudio ha ido decreciendo paulatinamente. Por lo que no se puede hablar de que las MIPyMES ecuatorianas tienen un desarrollo empresarial, existen limitantes como la falta de planificación estratégica, innovación y un modelo de negocio definido, una débil gestión del conocimiento y apoyo Estatal, lo que no permite que se aprovechen las oportunidades que se presentan en el mercado para lograr una mayor productividad y posicionamiento de marca.

En consecuencia, en el ámbito de Latinoamérica, según la CEPAL, (2020):

Las proyecciones de crecimiento del producto interno bruto para Ecuador tienen estimaciones negativas (-6.5%), lo cual generará efectos perjudiciales en todas las actividades económicas, especialmente en el sector comercio y servicios, que son los que sostienen principalmente la economía de ese país, lo que a su vez incidirá de la misma manera en las pymes (pág. 12).

Indudablemente, la situación en el Ecuador en el marco de las políticas capitalistas se halla en una inestabilidad en una dificultad general dinámica y además con considerable incertidumbre, que envuelve asimismo el espacio empresarial en Ecuador, y en consecuencia a las pymes, siendo esta contexto empresarial influenciada por la injerencia de varias potencias de prototipo financiero, público, sociocultural, especializado, entre otros, que lo perturban de modo directo incidiendo en su ambiente. Todo lo aludido, crea golpes no propicios, como contracción de la demanda y de sus entradas, conflictos para acceder a insumos, dificultosa vía a financiamiento y métodos fructíferos, que no se ajustan a las premuras circunstanciales para ser maniobrados de modo arcaica o computarizada.

Para paliar la situación socioeconómica y ayudar a las pymes, la Asamblea Nacional de la República del Ecuador (2020), aprobó la Ley de Apoyo Humanitario que promueve acuerdos laborales, pensiones educativas, tarifas para servicios básicos, facilidades financieras, convenios entre deudores y acreedores, entre otros, para combatir la crisis sanitaria derivada de la covid-19, apoyar la sostenibilidad del empleo y facilitar acuerdos entre empleador y empleado. Al respecto esta Ley señala que:

El Estado garantizará la apertura de nuevos emprendimientos desde el día cero, sin ningún tipo de requisitos. Para efectuar este puntual, los gobiernos autónomos descentralizados, así como cualquier entidad pública, emitirán permisos de operación provisional que tendrán una validez de 180 días. En este tiempo, los emprendedores deberán regularizar su actividad en temas tributarios, municipales y permisos de toda índole (Asamblea Nacional de la República del Ecuador, 2020).

2.6. Las PyMES en el contexto legal nacional

La Constitución del Ecuador (2018) en el Artículo 288, establece que “las compras públicas cumplirán con criterios de eficiencia, transparencia, calidad, responsabilidad ambiental y social. Se priorizarán los productos y servicios nacionales, en particular los provenientes de la economía popular y solidaria, y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas”.

En este mismo contexto, se cita lo indicado por el Servicio Nacional de Contratación Pública reconocido como SERCOP (2022), el cual señala: “Las MIPyMES que actualmente existen en el Ecuador, son las responsables del crecimiento de la producción, la generación de plazas de empleo, la innovación y el dinamismo productivo del país, por lo que el INEN ha creado “Mi primer Certificado INEN”, cuya vigencia es de 3 años y puede ser renovado por un periodo igual al establecido, con un informe favorable de la Dirección de Validación y Certificación. Conociéndose a las MIPyMES, cuya naturaleza se determina por su orden jurídico (sociedades) o no jurídico (personas naturales); volumen de ventas, capital social, número de trabajadores y su nivel de activos.

De acuerdo a lo establecido por el SERCOP (2022), la entidad rectora del Sistema Nacional de Contratación Pública (SNCP), es la responsable de desarrollar y administrar el Sistema Oficial de Contratación Pública del Ecuador (SOCE) y de establecer las políticas y condiciones de la contratación pública a nivel nacional; el mismo que ha enfocado su gestión sobre la base de los ejes de transparencia, calidad, eficiencia, eficacia y ahorro para el Estado, y garantiza el cumplimiento de sus principios, valores y política integrada de calidad y antisoborno en los procesos de contratación pública. De acuerdo con el Servicio de Rentas Internas -SRI, (2021)

Se conoce como al conjunto de pequeñas y medianas empresas que, de acuerdo con su volumen, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas; y para fines tributarios de acuerdo con el tipo de RUC que posean se las divide en personas naturales y sociedades.

2.7. Estrategia de innovación en las PyMES

Según refieren Segura y Segura (2017), en los últimos años, las creaciones de las PyMES y las MIPyMES han aumentado de manera exponencial, por lo que es indispensable que se fomente una cultura de participar en la contratación pública, mediante planes que llegue hasta las organizaciones y las PyMES. Uno de ellos son las estrategias de innovación, el cual lo describe como la vía que se emplea lograr alcanzar los objetivos, el cual parte de la observación, que permite anticipar resultar positivos frente, a desafíos y oportunidades que

se generen en la organización como en la realidad de su entorno, por lo que hace uso del diagnóstico y del análisis situacional.

En concordancia con los autores antes mencionado, Onofa (2018), explica que las estrategias empresariales no se limitan a dar a conocer cómo llevar a efecto un plan, sino que tiene implícito cómo pueden beneficiarse y beneficiar a la sociedad entre otros aspectos, ya que, refuerza la motivación, los valores y el reafirma el apoyo social. Asimismo, señalan que, estas estrategias al ser desarrolladas corresponden a:

Una adaptación dinámica e inmediata de las pymes basada en reconversión, reinversión, resiliencia y resguardo, que inciden en objetivos, estructuras y cultura organizacional, y por tanto en las personas que participan en la empresa, pero sin duda que la clave está en la armonización integrada de las 4Re, porque entre ellas existen interdependencias para lograr el equilibrio del sistema empresarial, teniendo en cuenta el entorno y ajustando el direccionamiento estratégico a las necesidades de los consumidores, lo cual no solo colocará a las pymes a la vanguardia competitiva, sino que también exigirá a la gerencia a ampliar sus capacidades y con ello adquirir competencias distintivas que impulsen las ventajas competitivas ante sus competidores (pág. 8).

2.8. Fórmula estratégica empresarial 4Re: reconversión, reinversión, resiliencia y resguardo.

Con referencia a la estratégica empresarial 4Re: reconversión, reinversión, resiliencia y resguardo, las PyMES en el Ecuador han estado enfrentando un cumulo de dificultades que corresponden atender en la oferta, así como en la demanda, por el numeroso índice de contagios por el covid-19, siendo este una de las mayores dificultades con la cual se han enfrentado las PyMES. A partir de la oferta, estas empresas presentan restricciones de movimiento de los recursos humanos y poder obtener materia prima, así como insumos, una carencia de prolongación en la cadena de suministro, todo ello sumado a que a través del tiempo poseen debilidades en muchos factores siendo uno de los más fuertes el no haber logrado esparcir sus productos en el mercado internacional (Onofa, 2018, pág. 15).

Para la efectividad de la estrategia empresarial ésta debe ser clara, concreta, donde cada uno de los involucrados se sienta identificado con ella. Es una etapa importante dentro del proceso de la compra pública de las MIPyMES, ya que permite anticipar acciones, reduciendo así el nivel de incertidumbre, estableciendo soluciones. Por lo tanto, la planificación es el proceso que conduce hacia el logro de metas y objetivos, y dentro del ámbito organizacional a elevar la calidad de servicio. Asimismo, el Centro de Comercio Internacional (2020), señala que:

[...] tienden a depender de una base de suministro más limitada y son menos capaces de cambiar de proveedor rápidamente si la respuesta covid-19 les impide. Acceso a insumos esenciales. También tienden a tener menos activos y menos efectivo que las más grandes empresas y les resulta más difícil acceder a créditos, lo que significa que repentina y prolongada las caídas en los ingresos (pág. 1)

Ahora bien, (2017), lo describe como el conjunto de acciones administrativas que llevan implícito las estrategias, el desarrollo de mercado, proyectos, desde una dirección administrativa que desarrolla la gestión comercial, analiza la rentabilidad del plan y evalúa el patrimonio de la empresa que permite a los entes gubernamentales incluirlos dentro de sus compras públicas. Agrega que, permite impulsar un intercambio de conocimientos entre las PyMES y la comunidad que la circunda, esta información muestra cuáles son las reales potencialidades y debilidades, tanto de la empresa como del entorno social. Donde se manifiesta la capacidad de observación y de anticipación de desafíos y oportunidades que se generan, en el entorno interno como externo.

De acuerdo al planteamiento del autor, la estratégica empresarial abarca los conceptos y lineamientos que les permita optimizar su productividad actual y futura. Por tanto, es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización y, a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar considerando la comunidad que le rodea.

Por su parte, Stoner et al., (2017) quienes explican que, es el proceso que implica la acción de llevar a efecto acciones donde se incluyan a los gerentes, empleados directos e indirectos, como vendedores y demás entes de la organización comercial, que permitan

integrar los objetivos trazados o metas por alcanzar. Por ello, debe realizarse bajo un liderazgo democrático que genere la participación de los entes sociales antes nombrados.

Caracterizar este tipo de estrategias como aquella que requiere de constructos que permitan interpretarlas desde distintas perspectivas, lo que conducirá hacia la elección de la idónea para la organización, a su vez para alcanzar los objetivos propuestos, lo que se redirigirá hacia la eficacia de la institución donde se caracterizará por su calidad de servicio. En este sentido, las estrategias que se desarrollen en las organizaciones forman parte inseparable del proceso productivo de la misma y de su desarrollo organizacional, las cuales tienen una clara intencionalidad de movilizar emociones, interrelaciones sociales, afectivas y cognitivas, para promover las aptitudes y actitudes positivas de los GAD, las MIPyMES y la sociedad, porque esta última es uno de los actores principales que permiten ese desarrollo.

2.9. Contratación pública

La contratación pública se debe analizar desde varias perspectivas, nacionales e internacionales. En el ámbito internacional Waisman (2014) en su estudio estableció que, en 2014 las compras públicas representaron un porcentaje que se ubicó entre el 10 al 15% del Producto Bruto Mundial, mientras que, en Latinoamérica estaba entre el 15 al 20% de Producto Interno Bruto (PBI). Estas cifras son importantes para los sistemas de contratación de los diversos países, porque dejan ver la transparencia, la efectividad y la eficiencia del manejo de los recursos públicos.

Después de este análisis se puede decir que, la administración pública como garante de la contratación pública permitió introducir las reformas al SNCP, porque dicha contratación se produce mediante los recursos de los ciudadanos, de allí la importancia de llevar un control que debe estar garantizado, con la intervención del Estado, y los demás actores sociales y gubernamentales. De esta manera el sector público logra establecer relaciones efectivas entre varios aspectos: transparencia y la eficiencia y eficacia en el gasto público y una relación igualmente efectiva entre calidad-precio, donde los procedimientos se deben realizar de tal manera que sean accesible a las MIPyMES y al público, que se vislumbre claramente los objetivos, los cuales deben ser bien justificados.

En Ecuador; González (2016), llevo a afecto una investigación acerca de la contratación jurídica, explica que retrospectivamente, no existía un sistema de regulación, seguimiento y evaluación de las adquisiciones que se realizaban a través de las contrataciones públicas. Además de una mala asignación de los contratos, falta de preparación y conocimiento sobre el procedimiento, esto porque no se había dentro de la Ley de Contratación Pública, ninguna norma que estableciera los recursos administrativos de impugnación, que estuvieran delimitados o definidos que permitieran a los proponentes reclamar contra el procedimiento de contratación.

En la actualidad, en Ecuador, la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública – LOSNCP, (2015) en su Artículo 7 define al SNCP como el “conjunto de principios, normas, procedimientos, mecanismos y relaciones organizadas orientadas al planeamiento, programación, presupuestos, control, administración y ejecución de las contrataciones realizadas por las entidades contratantes. Forman parte del SNCP las entidades sujetas al ámbito de esta ley” (p. 7). En esta misma ley el Artículo 8., define:

Órganos competentes: al Instituto Nacional de Contratación Pública (INCOP) junto con las demás instituciones y organismos públicos que ejerzan funciones en materia de presupuestos, planificación, control y contratación pública, forman parte del Sistema Nacional de Contratación Pública, en el ámbito de sus competencias. (p. 7)

Entonces, la contratación pública en el Ecuador se rige por las leyes las cuales contempla la transparencia, eficacia y eficiencia del procedimiento, permitiendo a los proponentes licitar dentro de una garantía de ser incluidos. Entonces, esta contratación está dirigida hacia la construcción del derecho que contempla. Es decir, son las normas que regulen los estados de los acuerdos internacionales y nacionales donde los proponentes pueden ser participantes de las contrataciones públicas. Por lo expuesto, desde la perspectiva de estos autores, las compras públicas adquieren mayor relevancia, a nivel nacional, desde la participación gubernamental, por su inversión con transparencia y efectividad, por el control que se gestiona mediante el marco normativo vigente y la inclusión y participantes de los ciudadanos como son las MIPyMES.

2.10. Procesos de contratación

Una parte importante dentro de la contratación pública es el proceso de contratación donde la actual LOSNCP (2015), señala que se debe aplicar en términos de transparencia, efectividad y democratización de la oferta. Es por ello que, a partir del año 2008, en Ecuador se ha impulsado esta contratación como parte del desarrollo nacional, por ende, elimina el privilegiar algunos proveedores desde el momento de la creación del Registro único de Proveedores, esto permitió el acceso a la sociedad civil en general y a los micro emprendedores (MIPyMES) de los cuales, se puede decir que muchos de ellos, poseen como origen una economía popular, aunado a esto, ha gestionado la transparencia de cada uno de los contratos y junto a ellos el proceso que se debe cumplir, mediante el portal de compras públicas, que todos los ciudadanos no solo tiene el derecho de participar sino de acceder, así se elimina las barreras y la corrupción.

Ahora bien, la LOSNC en el año 2008, estipula en el artículo 4 los principios en los cuales se basa la contratación pública desde los aspectos de legalidad, de trato justo, de la igualdad, de la calidad, vigencia tecnológica, oportunidad, efectividad, concurrencia, transparencia, de la publicidad y de la participación nacional, además de los organismos públicos y entidades encargados de manejar los recursos públicos. Por tanto, también comprende un proceso denominado dinámicos, a través de ellos se adquieren los bienes y servicios que están normalizados y homologados, donde sus especificaciones técnicas se ubican dentro de una estandarización de requisitos.

Estos procedimientos se llevan a cabo en las plataformas electrónicas con el fin de brindar la transparencia y seguridad que exige a ley a toda la ciudadanía, así como su publicidad que permite agilizar los procesos de acceso a las instituciones que ofrecen y que pertenecen al Registro Único de Proveedores (RUP), así como los ciudadanos. Estos procedimientos de contratación pública enunciados por el ente oferente se generan en los entornos digitales como subastas, catálogo electrónico, régimen especial, así como aquellos de menor cuantía, licitaciones, cotizaciones etc., también se sube a la plataforma todos los documentos necesarios de la contratación. (González, 2021). No obstante, refiere el autor

que, las PyMES han demostrado un desconocimiento de la normativa legal, lo cual impacta en su productividad y en el desarrollo organizacional y del municipio.

En el Reglamento de Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública - RLOSNC, (2016) en su capítulo IV, sección III, hace referencia a los procedimientos especiales a las Ferias Inclusivas, como un mecanismo para incentivar la participación de las PYMES en la contratación pública, así en su artículo 67 estipula lo siguiente.

Las ferias inclusivas previstas en el artículo 6 numeral 13 de la Ley son procedimientos que desarrollarán las entidades contratantes, sin consideración de montos de contratación, para fomentar la participación de artesanos, micro y pequeños productores prestadores de servicios. Las invitaciones para las ferias inclusivas a más de publicarse en el portal www.compraspublicas.gov.ec se publicarán por un medio impreso, radial o televisivo del lugar donde se realizará la feria. Las ferias inclusivas observarán el procedimiento de contratación definido para el efecto que dicte el INCOP (p. 21).

2.11. Marco metodológico

La metodología empleada en el proceso investigativo se describe en el presente apartado, a partir del enfoque, tipo, métodos y técnicas considerados para el desarrollo de las variables contenidas en el tema estudiado. En este proceso de investigación, la metodología incluyó una serie de pasos y técnicas utilizadas en investigación y desarrollo, que, según Hernández y Mendoza (2018), después de especificar un enunciado del problema, es indispensable que se defina cuál es el alcance del estudio inicial y el investigador debe imaginar una forma práctica y concreta para determinar si una hipótesis o la pregunta fue formulada, además de los propósitos declarados.

El paradigma en el cual se basó la investigación es el socio-crítico. Este paradigma de acuerdo con Grijalba et al., (2020), implica la autorreflexión crítica del conocimiento y los procesos para llegar a él, por lo que su objetivo es analizar las transformaciones y cambios

sociales que se pueden realizar en procura de aportar soluciones a problemas que han sido generados por la sociedad o un agente social en particular. Entre sus principios se aprecian: diagnosticar, analizar y percibir la realidad entorno al problema y la realidad de las acciones; crear una sinergia entre teoría y práctica donde se vivencian los valores, orientar el conocimiento hacia el abordaje del problema y cómo solucionarlo, partiendo de la autorreflexión.

Entonces, la investigación se orientó desde el paradigma socio-crítico, ya que el mismo permite la obtención de datos que conduce hacia la interpretación de los mismos, generando respuesta que conlleva a la comprensión de la problemática y su posible solución que no solo favorezca a las MIPyMES, sino a la sociedad, mediante la compra publica efectiva en el GAD Manta, Ecuador.

2.12. Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación es mixto denominada así, según Hernández et al., (2017): “un enfoque relativamente nuevo que implica combinar los métodos cuantitativo y cualitativo en un mismo estudio” (p.30). Se aprecia en esta definición que, consiste en utilizar, tanto la modalidad cuantitativa como la cualitativa. Se utiliza porque se necesitó abordar los objetivos de la investigación para conocer la realidad que se estudia, desde la cuantificación de los datos que aporten diferentes MIPyMES, y de la opinión de la autoridad del GAD de Manta.

En virtud que se empleó el enfoque mixto, es importante señalar que, contempla lo cuantitativo que según señala Palella y Martins (2017),

Requiere el uso de instrumentos de medición y comparación, que proporcionan datos cuyo estudio necesita la aplicación de modelos matemáticos y estadísticos. Por ello, se afirma que se fundamenta en el cientificismo y el racionalismo. El conocimiento está basado en los hechos. La objetividad es la manera de alcanzar un conocimiento utilizando la medición exhaustiva y la teoría (p. 46)

Es decir, se habla de un cuerpo sistematizado que mediante el cual se analizó teorías y requirió de las ciencias exactas para realizar las mediciones estadísticas, donde prevaleció el método deductivo e inductivo. Por tanto, es objetivo, se llevó a cabo mediante el método

científico, por lo que fue indispensable tabular los datos, luego analizarlos de manera descriptiva e inferencial para generar conocimiento.

De ahí que, al emplearlo se pretendió conocer los hechos, lo cual debe ser independiente de los estados subjetivos, por ello se dice que este enfoque es objetivo. Citando a los autores antes mencionados, se caracteriza por recabar datos para sustentar la argumentación, explicando que lo “...que no se puede medir no es digno de credibilidad” (p. 39), por tanto, los datos que el investigador recolectó deben ser sometido a la estadística, es decir, ser cuantificable. Se empleó así, para la creación de estrategias que permitan una mayor participación de las MIPyMES garantizando el cumplimiento de la normativa en término de igualdad de oportunidades.

Mientras que, el enfoque cualitativo, de acuerdo con Paz (2019) es una actividad “sistemática orientada a la comprensión en profundidad de fenómenos educativos y sociales, a la transformación de prácticas y escenarios socioeducativos, a la toma de decisiones y también hacia el descubrimiento y desarrollo de un cuerpo organizado de conocimientos” (p. 123). Es decir, son etapas reflexivas donde la sistematización se construye de manera coherente. Esas etapas orientaron la investigación hacia ciclos o espacios ascendientes, donde interviene la dialéctica de manera flexible en adaptación a la realidad del estudio. Se emplea para conocer la opinión del director de Compras Públicas del GAD Manta.

2.13. Tipo de investigación

Como la investigación se suscribe al enfoque mixto, se emplean varios tipos. El primero es el bibliográfico Arias (2017), lo define como “un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, lo obtenido y registrado por otros investigadores” (p. 27), comprende un proceso de búsqueda de información, de analizar e interpretar esas fuentes secundarias.

Este tipo de investigación proporcionó el conocimiento teórico, ya que se aborda los conceptos y teorías, que contemplan las variables, y permitió ampliar la cosmovisión sobre la temática. Es por ello por lo que, se considera bibliográfico, ya que, por medio del mismo

se estructuró la fundamentación teórica que le da coherencia a la investigación, como son las compras públicas, las estrategias innovadoras y las PyMES.

El segundo tipo es de campo, Palella y Martins (2017), explican que, “consiste en la recolección de datos, directamente de la realidad donde ocurre los hechos, sin manipular o controlar la variable. Estudia los fenómenos naturales en su ambiente natural” (p. 86). Es aquella donde los datos se recolectan directamente en la realidad donde se encuentran los hechos.

Se puede decir que, el investigador recolecta los datos directamente donde se genera, produce y observa la realidad de estudio, por lo que son datos primarios, los cuales se describen, interpretan para entender su naturaleza, de esta manera se procura explicar sus causas y verificar las condiciones de las variables, lo que permite su revisión y análisis, por ende, comprobar la confiabilidad de los datos obtenidos. Se empleó de campo, porque permite recolectar, directamente desde el GAD Manta los datos necesarios para así comprender el problema y visualizar la solución del mismo.

2.14. Nivel de la investigación

Como último se encuentra el nivel de la investigación, el cual fue el descriptivo, según Arias (2017), “es la caracterización del fenómeno de estudio, es decir, permite caracterizar, registrar y analizar el evento de estudio” (p. 24). Es decir, se caracteriza los elementos y el fenómeno que se investiga.

Según Bernal (2017), tienen como finalidad es describir o caracterizar el fenómeno de estudio, por lo que permite observar la interacción de cada uno de los eventos sin la interferencia de factores ajenos a él, que pudieran alterar los resultados, por lo que se limita a describir y no relacionar. Se considera este tipo de investigación, por cuanto se describen o caracterizan los hallazgos y fenómenos que permitan comprender la problemática y su solución, porque son observable y medible, con apoyo de los métodos empíricos como la encuesta y los subjetivos como la entrevista.

2.15. Población y muestra

La población, la describen Hernández et al., (2017), como el “conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 174). La población es el conjunto de unidades, en el caso de la presente investigación, de individuos que suministrarán la información. En virtud de lo expuesto, la población de la presente investigación está constituida por los individuos de quienes se aspira obtener la información, y la conforman once (11) servidores que laboran en la dirección de Compras Públicas del GAD Manta.

Mientras que, la muestra según Palella y Martins (2017), es “...la escogencia de una parte representativa de una población” (p. 106); hace parte referencial de un conjunto de elementos o población, por lo que, la extracción de ciertos elementos puede variar y depender de las necesidades de la investigación y el estado en el que se encuentra dicha población. Se seleccionó la muestra censal, ya que consiste en que el investigador selecciona la totalidad de la población para constituir la muestra, ya que es finita y no necesita ser sometida a ningún tipo de muestreo. Por tanto, la muestra son los once (11) servidores que laboran en la dirección de Compras Públicas del GAD Manta.

Tabla 2

Muestra

MUESTRA	INDIVIDUOS
Administradora de bienes	3
Director de Compras Públicas	1
Funcionarios de Dirección Administrativa	5
Funcionarios de Dirección Financiera	2
TOTAL	11

Fuente: Investigación de campo (2021)

2.16. Técnicas de recolección de datos (según enfoque)

Como técnicas se emplean dos. La primera es la encuesta para los autores Palella y Martins (2017), está “destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones interesan al investigador. Se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos quienes, en forma anónima, las responden por escrito”. (p. 123), es la técnica que se utiliza para recolectar la información acerca de una población o muestra. Por tanto, se empleó en la presente investigación, con la finalidad de obtener los datos que permita conocer el problema desde la perspectiva de la muestra de estudio. Asimismo, corresponde al enfoque cuantitativo, porque la encuesta de datos que se cuantifican. Se diseña en la escala de Likert con cinco alternativas.

Para el enfoque cualitativo se empleó la entrevista, la cual se aplica al director de finanzas. Ahora bien, la entrevista, según Martínez-Miguélez (2017), “permite obtener datos mediante un diálogo que se realiza entre dos personas cara a cara” (p. 119). Se puede decir que, es una dialógica directa que permite obtener información donde el entrevistado puede argumentar sus respuestas.

2.17. Validez y confiabilidad

La validez de la encuesta se realizará mediante el juicio de expertos, quienes analizarán el instrumento y realizarán la observación pertinente. Mientras que la confiabilidad se realizará a través de Coeficiente Alfa de Cronbach la cual mide la media, varianza, desviación estándar y el significado de ambas variables al conducir la operacionalización de las mismas.

Los autores añaden que es necesario aplicar una prueba piloto, la cual consiste en emplear en un pequeño grupo de individuos que poseen las mismas características de la muestra, el instrumento para verificar su confiabilidad; y expresan que los criterios para la confiabilidad se representan la verdadera confiabilidad por ello los siguientes rangos.

Tabla 3*Rango de confiabilidad del instrumento*

RANGO	CONFIABILIDAD
0,81 a 1,00	Muy alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Media o moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy baja

Fuente: Palella y Martins (2017, pág. 172).

Una vez que se recolectan los instrumentos se verificó esa confiabilidad, utilizando el programa IBM SPSS versión 25, y si la misma se ubicó dentro de los rangos alta o muy alta se procedió a aplicarse a la muestra en su totalidad, que están representados por los servidores que laboran en Dirección de Compras Públicas del GAD Manta. Ahora bien, se realizó la prueba piloto y se sometió a mencionado programa tal como se explicó, y se obtuvo que, el instrumento aplicado a la muestra de estudio es alta (según el cuadro anterior), porque se ubicó en 0.87 el cual se muestra a continuación.

Tabla 4*Estadística de fiabilidad*

ESTADÍSTICAS DE FIABILIDAD		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N° de elementos
876	877	15

2.18. Método o estrategia de análisis de los datos

Permiten comprender los resultados que el instrumento evidencie. Por tanto, se utilizan el descriptivo y el inferencial. Palella y Martins (2017), señalan que, ambas se emplean para evitar el juicio de valor, y tienen implícito un orden. Se inicia con la selección de la técnica y su respectivo instrumento. Luego se diseña. La entrevista no es sometida a ningún proceso de confiabilidad. Posteriormente, se aplica a los agentes sociales quienes darán la

información necesaria. Finalizado el proceso de aplicación, se recolectan los datos, y a partir de ellos, se genera los análisis descriptos de los resultados y el inferencial.

Ahora bien, se empleó el análisis estadístico a partir de los datos de la encuesta que se aplicó a la muestra, es decir a los servidores que laboran en la Dirección de Compras Públicas del GAD Manta, partiendo de la descripción de cada dato recolectado, es decir, de la estadística sin inferir siendo necesario caracterizar cada uno considerando solamente lo observado en el mismo. Esto por cuanto los autores antes mencionados, explican que, se debe analizar los datos de manera descriptiva, pero objetivamente.

La segunda técnica es la inferencial, Hurtado (2012) explica que, por medio de ella, el investigador analiza la información y los datos, aportando su criterio personal y profesional, pero dentro de la objetividad. Por ende, se aplica, tanto en la encuesta como en la entrevista.

Como se explicó en párrafo precedente, los resultados de la encuesta se presentan en tablas las cuales muestran las frecuencias y porcentajes de cada respuesta, en la escala tipo *likert*. Mientras que, la entrevista son preguntas con respuestas generadas a partir de opiniones argumentativas de las cuales se analizan con interpretación inferencial.

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Manta

El GAD de Manta se caracteriza por su gestión permanente enfocado en el desarrollo de la ciudad de Manta y en cada una de sus parroquias. Por ende, procura desarrollar programas que permitan mejorar las condiciones y la calidad de vida de sus habitantes, aunado a fomentar el turismo, el arte y la cultura propia de la zona. Tiene como misión Gobierno local competitivo, líder en el desarrollo integral comunitario en los aspectos social, turístico, económico ambiental y tecnológico. Promoviendo la concertación y participación ciudadana, con responsabilidad compartida, para lograr calidad de vida equitativa e incluyente, contando con recurso humano eficaz (Gobierno Autónomo Descentralizado. GAD , 2020).

Manta fue fundada en 1534 por Francisco Pacheco, pero en el año de 1563 el presidente Santillán de la Real Audiencia de Quito, ordenó que se la refundara con el nombre de San Pablo de Manta. Es uno de los principales puertos marítimos, pesqueros y turísticos del Ecuador. Está asentado en una espléndida bahía, por lo que se le considera el puerto

internacional en el Océano Pacífico. Durante el período aborigen Manta se llamaba Jocay, lo cual traducido es: casa de los peces. La ciudad de Manta se comunica con el resto del Ecuador por tres vías: la vía aérea, la terrestre y la marítima. Su aeropuerto internacional tiene como nombre Eloy Alfaro. Las carreteras que la comunican con otras ciudades y por tanto facilitan la transportación de personas y productos, etc. (Gobierno de Manabí, 2021). Asimismo, las parroquias urbanas son: Eloy Alfaro, Los Esteros, Manta, San Mateo, Tarqui; y las parroquias rurales: San Lorenzo, Santa Marianita.

Ahora bien, esa posición privilegiada a nivel geográfico ha impulsado el estudio de los microcréditos en la ciudad de Manta, porque es una gran alternativa para el desarrollo económico de la región, por ende, social. Debido a su crecimiento poblacional, una de las acciones emprendidas por el GAD, ha sido generar un proceso de cambio, procurando impulsar a las MIPyMES, a obtener microcréditos. No obstante, su planificación no es del todo efectiva. Es por ello por lo que se presentan la siguiente propuesta.

CAPITULO III

3.1. Propuesta

3.1.1. Tema: estrategias de innovación de las MIPyMES para acceder a las compras públicas del GAD Manta.

Presentación: La contratación publicación está fundamentada en la eficacia, la equidad, la economía, la eficiencia, la transparencia, la participación ciudadana y la valoración del costo ambiental, de tal manera que permita determinar la asignación de los recursos, humanos, financieros, tecnológicos y materiales para maximizar sus resultados. Esto dentro de una igualdad de condiciones y de calidad de los bienes y servicios a la colectividad, que conduzca hacia el logro de los objetivos institucionales.

De ahí que, la presente propuesta se justifica porque el GAD Manta debe garantizar la vinculación de la comunidad con la contratación pública, mediante el desarrollo de mecanismos que gestione, de manera efectiva de participación ciudadana, por ende, de las MIPyMES. Asimismo, las MIPyMES, necesitan de estrategias que les permita acceder a esa contratación pública, lo cual lo conduce hacia el mejoramiento continuo porque logran dicho acceso, y se puede desarrollar aplicando todos los procedimientos técnicos e instrumentos gerenciales que le permita a las MIPyMES, responder, de manera oportuna, a los cambios del entorno interno y externo, pero para ello debe conocer dichos entornos en tiempo real.

En cuanto a la conveniencia se justifica porque se aporte un modelo de estrategias de innovación, para el mejoramiento del proceso de inclusión en la contratación pública de las MIPyMES, que permita atender con vigor, efectividad y eficiencia dicho proceso, para dar cumplimiento a sus objetivos estratégicos institucionales, de manera eficaz, en términos de cobertura, oportunidad, participación ciudadana y economía.

Además, se beneficia la sociedad porque las MIPyMES podrán acceder a la contratación pública lo cual generará mayores empleos. Las propias MIPyMES porque aumentarán sus activos, obtendrán un desarrollo organizacional que les permitirá mejorar las condiciones laborales. El GAD Manta, ya que, dispondrán de mayores empresas eficaces que contribuirán con el desarrollo del mismo, elevando así la calidad de vida de los ciudadanos.

3.2. Objetivos de la propuesta

3.2.1. *Objetivo general*

Elaborar un modelo de estrategias innovadoras para el mejoramiento del proceso de inclusión de las MIPyMES a la contratación pública en el GAD Manta.

3.2.2. *Objetivos específicos*

- Presentar una Matriz FODA como guía en el conocimiento del entorno interno y externo de las MIPyMES.
- Diseñar un modelo de estrategias innovadoras para el mejoramiento del proceso de inclusión de las MIPyMES a la contratación pública en el GAD Manta.
- Proporcionar el diseño del modelo de estrategias innovadoras para el mejoramiento del proceso de inclusión de las MIPyMES a la contratación pública en el GAD Manta.

3.3. Estructura de la propuesta

La estructura de la propuesta se diseñó por fases. Fase I: Presentar una matriz FODA como guía en el conocimiento del entorno interno y externo de las MIPyMES. Fase II: Diseñar un modelo un modelo de estrategias innovadoras para el mejoramiento del proceso de inclusión de las MIPyMES a la contratación pública en el GAD Manta. En esta fase se presenta la elaboración de un plan de capacitación, alianzas estratégicas con Unidad de Compras Públicas del GAD Manta, donde se fomente la confianza entre el personal y la colectividad, en este caso el MIPyMES. Se presenta a continuación, una figura de la estructura de la propuesta.

Figura 1

Estructura de la propuesta



Elaborado por: Fresia Góngora (2022)

MODELO DE ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN DE LAS MIPyMES PARA ACCEDER A LAS COMPRAS PÚBLICAS DEL GAD MANTA



Autora: Góngora Macías, Fresia Maritza

Manabí, Ecuador, marzo de 2022

FASE I

Tabla 5
Matriz FODA

Análisis interno	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	- Buena infraestructura física - Cuentan con equipos electrónicos - Facultad para realizar alianzas con otros entes gubernamentales - Autonomía orgánica y funcional para el cumplimiento cabal de la misión - Capital de trabajo	- Desconocimiento las etapas del proceso de contratación pública - No se emplean en el control interno estrategias que permitan conocer el entorno externo e interno de la entidad - No se emplea en el control interno la planificación estratégica - Falta de actualización del personal - Resistencia al cambio y escasa pertenencia hacia el GAD Manta. - Desconocimiento de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública
	Estrategia FO: estrategia ofensiva. Usar las fortalezas para tomar ventajas de las Oportunidades	Estrategia DO: De reorganización. Superar debilidades tomando ventajas de las oportunidades
Análisis externo	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	- Apoyo del GAD Manta para acceder a la contratación pública - Facultad legal para acceder a la contratación pública - Relaciones interinstitucionales con otros órganos de control - Gestión del GAD Manta para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.	- Quejas de la comunidad por la falta de comunicación de los resultados del control interno - Falta de interés de la ciudadanía por ejercer su derecho de participación - Riesgos creados por parte de la ciudadanía a no ejercer su derecho a denunciar hechos irregulares que afecten su comunidad y/o atenten contra el patrimonio - Entrega a destiempo de los informes de los documentos para acceder a la contratación pública.
	Estrategia FA: Defensiva Emplear las fortalezas para eliminar las amenazas	Estrategia DA: de Supervivencia Minimizar debilidades y eliminar las amenazas

FASE II

Diseñar un modelo de un modelo de estrategias innovadoras para el mejoramiento del proceso de inclusión de las MIPYMES a la contratación pública en el GAD Manta.

Tabla 6

Estrategia 1. Elaboración de un plan de capacitación

META: Desarrollar entre el personal las destrezas y conocimientos en el estatuto de contratación pública, control interno y presupuesto público para la mayor participación las MIPyMES.

LÍNEA DE ACCIÓN	RESPONSABLE	INDICADOR
Diagnosticar las necesidades de capacitación o actualización	Coordinador Institucional	Encuesta/entrevista
Analizar los resultados de las encuestas y elaborar el plan de capacitación	Director Administrativo	Resultados y análisis en documento físico
Ejecutar el plan de capacitación	Director de Compras Públicas	A empleados no capacitados

Tabla 7*Estrategia 2. Alianzas estratégicas la Dirección de Compras Públicas del GAD Manta*

META: Involucrar a las MIPyMES en los procesos contratación pública de la Dirección de Compras Públicas del GAD Manta		
LÍNEA DE ACCIÓN	RESPONSABLE	INDICADOR
Realizar un diagnóstico sobre el estado actual de alianza entre las MIPyMES y la Dirección de Compras Públicas del GAD Manta.	Departamento de planeación y participación	Documento de diagnóstico
Adelantar el proceso de activación de alianza	Departamento de planeación y participación	Cantidad de MIPyMES interesadas
Desarrollar un plan de capacitación entre la Dirección de Compras Públicas del GAD Manta y las MIPyMES	Departamento de planeación y participación	Cantidad de MIPyMES interesadas

Tabla 8*Elementos necesarios para la obtención de información por parte de las MIPyMES*

INDICADOR	SUB-INDICADOR	COMPONENTES
Elaboración y presentación de informes de gestión	Disponibilidad de Informes	Posibilidad de acceso: Información • Disponible en el sitio Web, • Por carteleras u oficinas • Públicas del municipio • Accesibilidad por solicitud del interesado, tramitado por vía oral o escrita
		• Referencias al presupuesto que se programó
	Calidad de los informes	• Cumplimiento al acceso a la contratación pública. • Actividades institucionales que se ha desarrollado. • Cuantificación de las irregularidades detectadas
	Difusión	• Informes presentados en audiencia pública ante la ciudadanía para el proceso de contratación pública

Tabla 9*Estrategia de comunicación que debe desarrollar el GAD Manta*

INDICADOR	SUB-INDICADOR	COMPONENTES
Difusión del proceso de contratación pública		Política de difusión: Dirigida a
	Estrategia	 MIPyMES, periodistas de medios locales y nacionales a los actores interesados en acceder a la contratación pública
		Cantidad de receptores:
	Receptores	 Medios de comunicación nacionales y locales; periodistas de medios  Gráficos, audiovisuales, radiales y/o virtuales; órganos del poder público;  MIPyMES  Cámaras empresariales;  Organizaciones o asociaciones de comerciantes  Ciudadanos
		Formato ajustado para sea inteligibilidad por un público no especializado en el acceso a la contratación pública
	Formatos de presentación	 Síntesis del procedimiento.  Gráficos, tablas o aplicaciones interactivas que facilitan la visualización y comprensión de la información del procedimiento de la contratación pública.

Tabla 10

Estrategia 3. Documentarse con la Dirección de Compras Públicas del GAD Manta

META: Requisitos para acceder a participar en la contratación pública con la Dirección de Compras Públicas del GAD Manta

LÍNEA DE ACCIÓN	RESPONSABLE	INDICADOR
Realizar acciones para conocer los requisitos que necesita para acceder a la contratación pública.	Departamento de planeación y participación de cada MIPyMES	Documento de diagnóstico
Documentarse del portal de la web que el GAD Manta tiene disponible	Departamento de planeación y participación de cada MIPyMES	Saber usar el portal de la web que el GAD Manta tiene acceso.
Crear una carpeta física y digital de los documentos que necesita para la contratación pública	Departamento de planeación y participación de cada MIPyMES	Organización de documentos

Tabla 11*Estrategia 4. Documentarse sobre los producto o servicio que clasificación*

META: Documentarse sobre la clasificación de los producto o servicio para conocer si su MIPyMES puede aplicar a una contratación pública

LÍNEA DE ACCIÓN	RESPONSABLE	INDICADOR
Ingresar al Clasificador Central de Productos – CPC que ofrece Ecuador en este enlace https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/que-es-el-clasificador-central-de-productos-cpc/	Departamento de planeación y participación de cada MIPyMES	Documento de diagnóstico
Preparar los documentos que lo acredite como proveedor en un o unos productos	Departamento de planeación y participación de cada MIPyMES	Saber los documentos que debe introducir
Crear una carpeta física y digital de los documentos del producto que aspira para la contratación pública	Departamento de planeación y participación de cada MIPyMES	Organización de documentos por producto

Documentos indispensables:

- Liquidez: donde se refleje el activo y el pasivo corriente
- Endeudamiento: donde se refleje: el pasivo total, así como el activo total
- Razón de cobertura de intereses: utilidad operacional / gastos de intereses.
- Capital de trabajo: activo corriente – pasivo corriente.
- Rentabilidad del patrimonio: que comprende la utilidad operacional / patrimonio.
- Rentabilidad del activo: Utilidad operacional / activo total.

Tabla 12*Estrategia 5. Gestión para la contratación pública*

CONTENIDO	REQUISITOS	VERIFICACIÓN
Datos generales de la empresa	Identificación de la empresa	
	Definición de la razón social	Documentación reglamentaria
	Fecha de inicio	- Procedimientos Dinámicos
Tipos de procedimiento	Bienes	-Procedimientos comunes si no están dentro del procedimiento anterior
	Servicio	-Procedimientos de obras comunes de menor cuantía
	Obras	-Procedimientos de consultoría
	Consultoría	- Adquisiciones de bienes inmuebles.
Fases	Procedimientos especiales	- Arrendamientos de bienes inmuebles. - Ferias Inclusivas
	Fase preparatoria	-Elaboración de estudios de mercado, especificaciones técnicas, términos de referencia (TDR)
		-Publicación del procedimiento en el Portal Institucional del SERCOP
	Fase precontractual	https://www.gob.ec/sercop/tramites/publicacion-informacion-especifica-portal-institucional-servicio-nacional-contratacion-publica-sercop
	Fase contractual	En el GAD Manta a través de este enlace https://manta.gob.ec/

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN / PRODUCTOS GENERADOS Y POTENCIALES BENEFICIARIOS

1. *¿Estad usted de acuerdo que los procesos de contratación pública se los ejecuta conforme lo establecido en el PAC del GAD Manta?*

Tabla 13

Procesos de contratación pública realizados conforme el presupuesto asignado en el PAC del GAD Manta

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Totalmente de acuerdo	5	50%
	De acuerdo	2	20%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	20%
	En desacuerdo	1	10%
	Totalmente en desacuerdo	0	0%
TOTALES		10	100%

Fuente: Datos proporcionados por servidores que laboran en la Dirección de Compras Públicas del GAD Manta

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos se evidencia que, una gran parte está totalmente de acuerdo que los procesos de contratación pública son realizados conforme el presupuesto asignado en el Plan Anual de Contratación Pública – PAC, mientras que otra minoría con un 10% de acuerdo indica estás desacuerdo. Por lo que se infiere que, estas negociaciones permiten regular de una forma parcial las actividades que se lleven a cabo para la adquirir cualquier tipo de bienes, construcción de una obra, prestaciones de servicios, en atención a la normativa según los procedimientos que asigne la ley (López C. , 2018).

2. ¿Está de acuerdo que a las MIPYMES se les considera al momento de asignar las compras públicas?

Tabla 14
Compras públicas

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
2	Totalmente de acuerdo	1	10%
	De acuerdo	1	10%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	10%
	En desacuerdo	5	50%
	Totalmente en desacuerdo	2	20%
TOTALES		10	100%

Fuente: Datos proporcionados por servidores que laboran en la Dirección de Compras Públicas del GAD Manta

Análisis: Una vez aplicado el instrumento se evidencia que, gran parte de los encuestados indica que están en desacuerdo que a las MIPyMES se les considere al momento de asignar las compras públicas, mientras que una minoría manifiesta estar totalmente en de acuerdo. Por su parte Sisa (2022) señala que, cada empresa posee determinados límites financieros y ocupacionales los cuales son regidos por determinados sectores, con el fin de mejorar la contratación e inclusión de las pequeñas y medianas empresas en el sistema de contratación pública. Es por ello por lo que cada organización cuenta con un mecanismo directo, que son los responsables en dar el acceso a la utilización de las herramientas como los lineamientos estratégicos gerenciales, necesarios para lograr los ingresos y para realizar las compras más relevantes con el objetivo de obtener mayores ganancias.

3. ¿Está de acuerdo que la asignación de compras públicas las grandes empresas obtienen mayores contratos?

Tabla 15

Asignación de compras públicas para grandes empresas

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
3	Totalmente de acuerdo	5	50%
	De acuerdo	2	20%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	20%
	En desacuerdo	1	10%
	Totalmente en desacuerdo	0	0%
TOTALES		10	100%

Fuente: Datos proporcionados por servidores que laboran en la Dirección de Compras Públicas del GAD Manta

Análisis: Cristalizada la encuesta se evidencia que, gran parte de los consultados están totalmente de acuerdo que la asignación de compras públicas las grandes empresas obtienen mayores contratos, mientras que una minoría indica estar en desacuerdo. Según Bianchi (2017) señala que, las grandes empresas en la actualidad desempeñan un rol de suma importancia en aquellos países industrializados, como en vías de progreso. Estos aportan son importantes porque generan grandes avances económicos, siendo creadoras de empleos y motivadora de nuevos progresos en el medio ambiente local ya que, poseen el potencial de servir como un significativo aporte al compromiso laboral de la empresa.

4. ¿Usted está de acuerdo que un alto número de solicitudes de compras le corresponde a las MIPYMES?

Tabla 16

Número de solicitudes de compras de MIPyMES

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
4	Totalmente de acuerdo	1	10%
	De acuerdo	1	10%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	10%
	En desacuerdo	5	50%
	Totalmente en desacuerdo	2	20%
TOTALES		10	100%

Fuente: Datos proporcionados por servidores que laboran en la Dirección de Compras Públicas del GAD Manta

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos, gran parte de los consultados señalan que, están en desacuerdo que un alto número de solicitudes de compras le corresponde a las MIPyMES, otro grupo menor está totalmente en desacuerdo. Cabe señalar que, estas solicitudes deben ser supervisadas y ordenadas de una forma cercana por otros sectores más grandes ya que, estos son considerados modelos para la búsqueda de conocimiento, es por ello que son importantes, porque deben estar concatenados con los nuevos paradigmas los cuales correspondan a cambios que contribuyan a respuesta de las solicitudes establecidas (Robledo, 2017).

5. ¿Considera que se evalúa el cumplimiento de cada proceso de contratación?

Tabla 17

Cumplimiento de cada proceso de contratación

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
5	Totalmente de acuerdo	3	30%
	De acuerdo	4	40%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	10%
	En desacuerdo	1	10%
	Totalmente en desacuerdo	1	10%
TOTALES		10	100%

Fuente: Datos proporcionados por servidores que laboran en la Dirección de Compras Públicas del GAD Manta

Análisis: Como se observa en la figura anterior, el 40% de los encuestados de una forma positiva indica que están de acuerdo que se evalúe el cumplimiento de cada proceso de contratación. De acuerdo con Carvajal (2018), los procesos de contratación son determinadas interacciones y procedimientos que ejecuta la organización con el fin de evaluar de la forma correcta que los postulados cumplan su labor empresarial. Es decir, son requerimientos y normativas de control que se llevan a cabo cada cierto tiempo para evaluar el número de producción, por esta razón son importantes ya que, gracias a ellos se puede llevar un mejor registro del procedimiento legal en la institución.

6. ¿Está de acuerdo que las MIPyMES conocen la normativa legal referente a las compras públicas?

Tabla 18

Normativa legal referente a las compras públicas

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
6	Totalmente de acuerdo	1	10%
	De acuerdo	1	10%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	5	50%
	Totalmente en desacuerdo	3	30%
TOTALES		10	100%

Fuente: Datos proporcionados por servidores que laboran en la Dirección de Compras Públicas del GAD Manta

Análisis: Aplicado el instrumento se determinó que, una porción relevante de los consultados están en desacuerdo que las MIPyMES conocen la normativa legal referente a las compras públicas, mientras que una minoría indica estar totalmente en desacuerdo. Es importante aludir que en la actualidad las PyMES no poseen una visión clara de las normativas legales referente a las compras públicas que se localizan en actividades comerciales, es por ellos que desconocen los financiamientos, razón por la cual exhiben en varias representaciones y dimensiones diversos productos, consiguiendo ser representada por un solo dueño, con independencia para desplegar diferentes actividades de fabricación, y así poder comercializar productos, con la finalidad de conseguir un beneficio económico (Ley de Compañías, 2017).

7. ¿Está de acuerdo que las MIPYMES generan al alto índice de empleos?

Tabla 19

MIPyMES generan al alto índice de empleos

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
7	Totalmente de acuerdo	10	100%
	De acuerdo	0	0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	0	0%
	Totalmente en desacuerdo	0	0%
TOTALES		10	100%

Fuente: Datos proporcionados por servidores que laboran en la Dirección de Compras Públicas del GAD Manta

Análisis: Realizada la encuesta se evidencia que, la totalidad de los consultados indican de una forma positiva que las MIPyMES generan al alto índice de empleos. Según refieren Segura y Segura (2017), las MIPyMES en los últimos años ha generado grandes fuentes laborales dentro del sector público, aumentado de manera exponencial nuevos ingreso donde el personal local puede tribuir no solamente con esfuerzo físico si no también mediante planes que llegue hasta las organizaciones y puedan beneficiar el desarrollo de producción de las grandes y pequeñas empresas, por esta razón estas organizaciones son importantes porque gracias a ellas se reduce el alto índice de personas desempleadas.

8. ¿Usted está de acuerdo que las MIPyMES tienen participación mínima en la compra pública?

Tabla 20

Participación mínima en la compra pública

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
8	Totalmente de acuerdo	5	50%
	De acuerdo	3	30%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	10%
	En desacuerdo	1	10%
	Totalmente en desacuerdo	0	0%
TOTALES		10	100%

Fuente: Datos proporcionados por servidores que laboran en la Dirección de Compras Públicas del GAD Manta

Análisis: De acuerdo con los resultados obtenidos se observa que, el 50% de los consultados está totalmente de acuerdo que las MIPyMES tienen participación mínima en la compra pública, mientras una minoría indica estar en desacuerdo.

En concordancia a lo antes expuesto, Onofa (2018) explica que, las MIPyMES son consideradas estrategias empresariales que no se limita a dar a conocer cómo llevar a efecto un plan, sino que tiene implícito cómo pueden beneficiarse y beneficiar a la sociedad entre otros aspectos ya que, refuerza la motivación, los valores, ingresos y egresos para reafirma el apoyo social dentro de las compras públicas, por esta razón son significativas dentro del mercado exponencial.

9. ¿Está de acuerdo que en la etapa preparatoria se favorece a las MIPyMES?

Tabla 21

Etapas preparatorias que favorece a las MIPyMES

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
9	Totalmente de acuerdo	4	40%
	De acuerdo	2	20%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	20%
	En desacuerdo	1	10%
	Totalmente en desacuerdo	1	10%
TOTALES		10	100%

Fuente: Datos proporcionados por servidores que laboran en la Dirección de Compras Públicas del GAD Manta

Análisis: De acuerdo a la figura anterior una gran porción de los encuestados indica que están totalmente de acuerdo, mientras que una minoría manifiesta estar en desacuerdo.

En relación con lo antes planteado, la etapa preparatoria es importante porque favorece el desarrollo social, institucional y publico de las MIPyMES, por lo tanto, se llevan a cabo adaptaciones dinámicas las cuales se basan en una adecuada conversión que permita generar cambios que aumente el crecimiento a través de etapas que favorecen el desarrollo integral, social y financiero de la institución.

10. ¿Está de acuerdo que la mayoría de las MIPYMES están debidamente registradas?

Tabla 22

Registro de las MIPyMES

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
10	Totalmente de acuerdo	6	60
	De acuerdo	3	30
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	10
	En desacuerdo	0	0
	Totalmente en desacuerdo	0	0
TOTALES		10	100%

Fuente: Datos proporcionados por servidores que laboran en la Dirección de Compras Públicas del GAD Manta

Análisis: La mayoría de los encuestados coinciden que están totalmente de acuerdo que las MIPyMES están debidas registradas. Lo cual es un aspecto positivo, porque al pertenecer al registro de empresas e industrias, su inclusión en la contratación pública es más fácil. Este resultado concuerda con el estudio de Guerrero (2021), quien señala que la inscripción o registro de las mismas, en los GAD de Chambo y Riobamba representan la mayoría de las MIPyMES.

12. ¿Está de acuerdo que las MIPYMES conocen los diferentes tipos de procedimiento de contratación pública?

Tabla 23

Diferentes tipos de procedimiento de contratación

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
12	Totalmente de acuerdo	2	20
	De acuerdo	2	20
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	10
			10
	En desacuerdo	4	10
	Totalmente en desacuerdo	1	0
TOTALES		10	100%

Fuente: Datos proporcionados por servidores que laboran en la Dirección de Compras Públicas del GAD Manta

Análisis: de acuerdo con los encuestados las MIPyMES desconocen los diferentes tipos de procedimiento de contratación pública. Esto permite inferir que, existe una deficiencia en cuanto a los procedimientos que deben seguir, al momento de la contratación pública, lo cual pudiera estar incidiendo en la poca participación que se observa. Al respecto, Mendoza (2021), refiere que, el desconocimiento es un factor negativo, que impide a las MIPyMES participar en dichas contrataciones.

13. ¿Está de acuerdo que a las MIPyMES se las instruye sobre la fase contractual que se realiza a través del GAD Manta?

Tabla 24

Fase contractual

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
13	Totalmente de acuerdo	5	50
	De acuerdo	2	20
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	10
	En desacuerdo	1	10
	Totalmente en desacuerdo	1	10
TOTALES		10	100%

Fuente: Datos proporcionados por servidores que laboran en la Dirección de Compras Públicas del GAD Manta

Análisis: la mayoría de los encuestados está totalmente de acuerdo que se les instruye a las MIPyMES la Fase contractual que se realiza a través del GAD Manta. Esto se considera un aspecto positivo, porque existe una disposición por parte de ente gubernamental de incluir a las MIPyMES en la contratación pública. Esto concuerda con González (2016) en cuanto a la gestión que realizan los GAD en beneficio de las estas empresas en ser parte activa del crecimiento y desarrollo mediante su inclusión en las contrataciones públicas.

14. ¿Está de acuerdo que se necesita una alianza estratégica entre las MIPyMES con la Dirección de Compras Públicas del GAD Manta?

Tabla 25*Fase contractual*

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
14	Totalmente de acuerdo	10	0
	De acuerdo	0	0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
	En desacuerdo	0	0
	Totalmente en desacuerdo	0	100%
TOTALES		10	100%

Fuente: Datos proporcionados por servidores que laboran en la Dirección de Compras Públicas del GAD Manta

Análisis: La totalidad de los encuestados están totalmente de acuerdo que se necesita una alianza estratégica entre las MIPyMES con la Dirección de Compras Públicas del GAD Manta. Esto resulta ser de gran beneficio para la investigación porque permite contemplarlo dentro de la propuesta de estudio ya que es parte de la solución. Por lo que se considera la LOSNCP (2015), por el resultado porque las compras públicas adquieren mayor relevancia, a nivel nacional, desde la participación gubernamental, por su inversión con transparencia y efectividad, por el control que se gestiona mediante el marco normativo vigente y la inclusión y participantes de los ciudadanos como son las MIPyMES.

15. ¿Está de acuerdo que es necesario utilizar estrategias para acceder MIPyMES a los procesos de contratación pública del GAD Manta?

Tabla 26

Estrategias para acceder MIPyMES a los procesos de contratación

Ítems	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
15	Totalmente de acuerdo	10	100%
	De acuerdo	0	0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	0	0%
	Totalmente en desacuerdo	0	0%
TOTALES		10	100%

Fuente: Datos proporcionados por servidores que laboran en la Dirección de Compras Públicas del GAD Manta

Análisis La totalidad de los consultados indican que están totalmente de acuerdo que es necesario utilizar estrategias para acceder MIPyMES a los procesos de contratación pública del GAD Manta. Por lo que se infiere que, estas estrategias son los canales regulares los cuales funcionan como medidor para que las empresas obtengan un crecimiento financiero adecuado ya que, para consolidar un proceso de adaptación pública, se deben realizar análisis directo al personal contratado para ver qué tanta capacidad de aprendizaje posee, por ende, es importante realizar este tipo de operaciones para garantizar la organización de un avance dentro de sus compras públicas.

Entrevista dirigida al director de Compras Públicas del GAD Manta

La presente entrevista tiene como finalidad obtener información que es relevante para la investigación, porque está relacionada con el proceso de contratación pública por parte de las MIPYMES y la manera de mejorarla.

Objetivo de investigación. Establecer estrategias de innovación de las MIPYMES para acceder a las compras públicas del GAD Manta.

Siendo importante resaltar lo mencionado por parte del Director de Compras Públicas del GAD Manta, donde resalta que en la actualidad se evidencia los impactos logrados para el segmento empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyMES), a través de sistemas de compras públicas inclusivas y los instrumentos nacionales y regionales del trabajo de las políticas públicas respecto a ese sector productivo, destacó además que existen las políticas públicas de inclusión y priorización de proveedores de la economía popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas empresas en la contratación pública del país, la cual se ha distribuido por sectores y por género a fin de fomentar su participación, destacando la intervención de las micro, pequeñas y medianas empresas en las compras públicas ecuatorianas y su incremento significativo en los últimos años.

3.4. Discusión de los resultados

Del proceso indagatorio que se realizó mediante la encuesta y la entrevista, se pudo encontrar que algunas falencias que limitan el acceso de las MIPyMES a la contratación pública son: desconocimiento de la normativa legal, ausencia de estrategias e innovación y planificación, esto concuerda con Mendoza (2021), quien en su investigación refiere que la falta de un plan novedoso, así como el no conocer las leyes que lo favorezcan son algunas de las debilidades que presentan.

Asimismo, de acuerdo con los encuestados y el entrevistado, las MIPyMES tienen participación mínima en la compra pública, lo que es un aspecto negativo para el crecimiento empresarial y del GAD. En efecto, hace ya mucho tiempo se efectúan indagaciones periódicas relacionada con el desarrollo de las MIPyMES en el Ecuador, tal como lo señala evidencia Cimoli (2017), que se puede pudiéndose evidenciar que, aunque las MIPyMES

simbolizan un peso significativo en lo que representa los escenarios de la producción y la comercialización y la generación de empleos, su avance organizado y práctico no muestra progresos.

En este sentido, esta problemática dentro de contratación pública, es decir, la baja participación de las MIPyMES, y su impacto en la generación de empleo; considerando que el 50% de los encuestados dijeron que está totalmente de acuerdo en que su participación es mínima y el 30% está de acuerdo. Por ende, es necesario contribuir con ideas innovadoras para que puedan aumentar esa participación y así estar dentro de la competitividad con las empresas grandes, empleando para ello estrategias innovadoras que les permita acceder, de manera efectiva a las compras públicas.

Otros aspectos que se logró evidenciar es que las MIPyMES generan un alto índice de empleo, lo cual es compatible con diversos autores como (Bianchi, 2017) (CEPAL, 2020) (García, 2020) (Guerrero, 2021), entre otros. Cada uno de ellos, afirman, producen una alta tasa de empleo, por ello se considera que la gestión que se realice para lograr que aumente su participación en la contratación pública es importante, no solo para el desarrollo de las empresas, sino para la sociedad.

Por tanto, se afirma que existen unas buenas prácticas para la gestión pública del GAD Mara enfocadas en comunicar e informar a las MIPyMES el proceso de contratación pública.

Por ende, las falencias se han evidenciado en las propias MIPyMES quienes carecen de estrategias y planes empresariales, así como de falta de capacitación que les permita acceder a esas contrataciones. De corregirse este problema se beneficiaría las MIPyMES porque podrán desarrollar sus empresas, lo cual beneficia directamente, a los ciudadanos porque se generan mayor cantidad de empleos, y esto a su vez, eleva la calidad de vida.

CONCLUSIONES

Basados en la concepción que las MIPyMES requieren del empleo de estrategias innovadores, para desarrollar una posición altamente efectiva y competitiva en el largo plazo dentro de la contratación pública, se llevó a efecto la presente investigación. Por ello estas estrategias tienen una utilidad práctica, porque aporta instrumentos y técnicas acordes a las necesidades de la institución para lograrlo. De ahí que, en la presente investigación, se generan la conclusión en base a los objetivos de la misma.

- A través del análisis del instrumento aplicado se logró el primer objetivo específico: Determinar las estrategias de innovación de las MIPyMES que participen en los procesos de contratación del GAD Manta. De acuerdo con los resultados esas estrategias son: estrategias empresariales que abarquen una matriz FODA, planes de capacitación, planes de acercamiento al GAD, capacitación en el uso de la plataforma *web* de contratación pública, de nuestra propia página, estrategias de comunicación.
- Como segundo objetivo específico: Describir los procesos de contratación donde exista mayor participación de las MIPyMES en el GAD Manta, se concluye que son aquellos donde se les proporciona más información sobre el procedimiento, así como sus tipos, las fases. Es decir, a mayor difusión mayor es la participación en los contratos públicos.
- En el último objetivo: Analizar las estrategias de innovación de las MIPyMES para participar en los procesos de contratación del GAD Manta, se logró conocer que las estrategias de innovación aportan un beneficio a las mismas, porque cuanto abre un abanico de posibilidades para recopilar los documentos necesarios, es decir tener claramente en conocimiento, saber cuáles son, cuándo participar e interactuar en el portal de compras pública del SERCOP. Además, les proporciona conocimientos de índole legal que les ayuda a incluirse dentro de ese proceso.
- Se concluye que, las MIPyMES en el GAD Manta necesita tener una participación más fortalecida, con procedimientos para ser incluidas a través estrategias y planes estratégicos. Por ello, se afirma que se logró el objetivo general: Establecer estrategias de innovación de las MIPyMES para acceder a las compras públicas del GAD Manta.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a las MIPyMES crear programas de capacitación continua a su personal, con la finalidad de mejorar los procesos de contratación pública tal como se contempla en la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.
- Al GAD Manta, se recomienda mejorar los planes de comunicación e información dirigidas a las MIPyMES para que realmente surta el efecto deseado, es decir, que conozcan el procedimiento de la contratación pública.
- Conformar asociaciones entre MIPyMES para intercambiar conocimientos sobre las mejores estrategias de innovación que permita satisfacer la exigencia de los requerimientos técnicos, económicos y legales que se estipulan en la contratación pública del GAD.
- Al GAD Manta, dar a conocer la presente propuesta a las MIPyMES con la finalidad de ser aplicada y así beneficiar tanto ellas, al GAD como a los ciudadanos.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias, F. (2017). *El proyecto de Investigación*. Caracas Venezuela. 7ma edición: Epísteme.
- Asamblea Nacional. (2017). *Ley de Compañías*. Ecuador.
- Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2020). *Ley orgánica de la de apoyo humanitario para combatir la crisis sanitaria derivada del covid -19*. Oficio an-sg2020-0355-O. . Quito: Registro Oficial n.º 229. Suplemento.
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2013). *Informe Consultor Nacional Experto en Investigación de Casos Legales de José Guillermo Jiménez*. Obtenido de http://www.dgcp.gob.do/new_dgcp/documentos/fomen/1er%20Informe.pdf
- Bernal, C. (2017). *Metodología de la Investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Guatemala. Cuarta edición: Prentice Hall.
- Bianchi. (2017). "Nuevo enfoque en el diseño de políticas para las PyMEs. Aprendiendo de la experiencia europea". CEPAL.
- Bonilla, B. (2017). *Dirección estratégica para organizaciones inteligentes*. Costa Rica : Universidad Estatal a Distancia. Costa rica.
- Canós. (2015). *Estrategias de innovación*. Cali.
- Carvajal, S. (2018). *Impuestos y la obligatoriedad de los PYMES*. Colombia.
- Centro de Comercio Internacional. (2020). *Apoyar a las pequeñas empresas durante la crisis del covid -19*. Quito.
- CEPAL. (2020). *MIPYMES en América Latina Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1900361_es.pdf
- Cervilla. (27 de enero de 2002). El viaje de la Innovación. *El Nacional*.
- Cimoli, P. (2017). Technology and intelectual property: A taxonomy of contemporary markets for knowledge and their implication for development. *Economía de la innovación y desarrollo*.

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020). *Informe especial dimensionar los efectos del covid -19 para pensar en la reactivación*.
- Crespo, M.; Carvallo, Y., & Farinango, R. (2019). La cultura tributaria y su influencia en los núcleos de apoyo contables y fiscales de Machala-Ecuador. *Revista para la transformación agraria sostenible*, 119-124.
- David, F. (2016). *Gerencia y estrategia gerenciales*. . Colombia. 11ava edición: Serie Empresaria.
- Fernández. (2018). *Innovación, Consideraciones sobre su Alcance Actual y sus*. Buenos Aires.
- Ferraro. (2011). *APOYANDO A LAS PYMES: POLITICAS DE FOMENTO EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE* . Santiago de Chile.
- García. (2020). LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES) EN LA CADENA DE SUMINISTROS. *Boletín de Investigación y Postgrado*.
- Gobierno Autónomo Descentralizado. GAD . (2020). *Manta*. Obtenido de https://odterritorioecuador.ec/wp-content/uploads/2019/04/MANABI_GADManta.pdf
- Gobierno de Manabí. (2021). *Manta*. Obtenido de <https://www.manabi.gob.ec/sitio2020/cantones/manta>
- González, J. (2016). *Régimen jurídico del nuevo sistema de contratación pública*. Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar.
- González, J. (2021). *La contratación pública como sistema*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador: Corporación de Estudios y Publicaciones 175 p. Serie Derecho y Sociedad, No. 10.
- Grijalba, J., Mendozam J. y Beltrán, H. (2020). La formación del pensamiento sociocrítico y sus características: necesidad educativa en Colombia. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(1), , 64-72.

- Guerrero, Y. (2021). *Evaluación de los procesos dinámicos de contratación pública mediante indicadores de desempeño, de los gobiernos autónomos descentralizados Chambo y Riobamba*. Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Henao, & Cardona. (2010). *Cómo se desarrolla un plan de gestión de conocimiento en la práctica*. Medellín : Proceedings.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación. LA sturas cunatitativa, cualitativas y meixstas*. México: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C. V.
- Hernández, R; Fernández, C.; y Baptista, M. (2017). *Metodología de la investigación*. México 7ma edición: Mc Graw Hill.
- Hernández, S., Fernández, C., y Baptista, M. (2017). *Metologia de la investigación*. México. 7ma edición: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hurtado, J. (2012). *Comprensión Holística de la investigación*. Caracas: Ediciones Quirón.
- INEC, I. N. (2021). *Observatorio de la PyME*. Obtenido de https://www.uasb.edu.ec/observatorio-pyme/wp-content/uploads/sites/6/2021/04/faq_53.pdf
- Ley de Compañías. (2017). *Ley de Compañías*. Ecuador.
- Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública (LOSNCP). (2015). *Quito: Registro Oficial Suplemento 395*. Obtenido de https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/03/Ley-Organica-del-Sistema-Nacional-de-Contratacion-Publica_act_feb-202
- López, & Robledo. (2016). Una aproximación a la gestión de capacidades de innovación en la pyme colombiana. *Gestión y Sociedad*, 11–30.
- López, C. (2018). La contratación pública y su impacto en la gestión de las MIPYMES de Manabí, Ecuador. *Revista Científica Dominio de la Ciencia Vol. 4, núm. 1, enero*, 3-16.

- López, C. (2018). La contratación pública y su impacto en la gestión de las MIPYMES de Manabí, Ecuador. *Revista Científica Dominio de la Ciencia* Vol. 4, núm. 1, enero, 3-16.
- Marinez, M. (2017). *Ciencia y arte en la metodología cualitativa*. México. Segunda edición: Editorial Trillas <https://issuu.com/ciramorlet/docs/marinez-miguel-ciencias-y-arte-en>.
- Mendoza. (2018). *Los dilemas de las PYMES*. Ediciones de la U.
- Mendoza, G. (2021). DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES ECUATORIANAS: SU EVOLUCIÓN 2015-2020. *Revista Publicando*.
- Onofa. (2018). *Factores asociados a las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas-pymes*. En H. Jácome & K. King, *Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa*. . Ecuador.
- Palella, S., & Martins, F. (2017). *Metodología de la investigación Cuantitativa*. Caracas Venezuela. 4ta edición. priemra reimpresión: FEDUPEL.
- Palella, S., & Martins, F. (2017). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Caracas Venezuela 5ta edición eidición: FEDUPEL.
- Paz, M. (2019). *Investigación cualitativa en la investigación educativa*. Barcelona: Editorial de la Universidad de Barcelona. España.
- Reglamento de Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública (RLOSNC). (2016). *eformas a la Resolución No. RE-SERCOP-2016-0000072, de 31 de agosto 2016*. Quito. *Registro Oficial* 743. Obtenido de https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2019/01/RESOLUCION_2019_96_.pdf
- Robledo. (2017). *Introducción a la Gestión de la Tecnología y la Innovación*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

- Ruiz, Y., & Coronado, A. (2015). *Sistema Nacional de Contratación Pública y su impacto en las Pymes y actores de la economía popular y solidaria (período 2009-2014)*. Ecuador.: Universidad Católica Santiago de Guayaquil.
- Segura, S; y Segura, E. (2017). Las recaudaciones tributarias y el crecimiento económico. Un análisis a través del pib de Ecuador. *Revista Empresarial* 11,nº 4, 34-40.
- SERCOP . (14 de 02 de 2022). *Servicio Nacional de Contratación Pública* . Obtenido de La Institución : <https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/la-institucion/>
- Servicio de Rentas Internas (SRI). (2021). *Plataforma Gubernamental Financiera*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/intersri/home>
- Sisa, G. (2022). *Propuestas para mejorar la contratación e inclusión de las pequeñas y medianas empresas en el sistema de contratación pública del Ecuador*. Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Stoner, J. Freeman, E. y Gilbert, D. (2017). *Administración*. . Décima Edición. Tercera reimpresión México D. F.- México: Prentice – Hall.
- Waisman, V. (2014). *Evaluación de los sistemas públicos provinciales: El caso de la Provincia de San Luis*. Washington, DC: .
https://repository.library.georgetown.edu/bitstream/handle/10822/712433/Waisman_georgetown_0076M_12745.pdf?sequence=1: Georgetown University.

ANEXOS

Anexo 1. ENCUESTA SERVIDORES QUE LABORAN EN DIRECCIÓN DE COMPRAS PÚBLICAS DEL GAD MANTA

N°	PREGUNTAS	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en	En desacuerdo	Totalmente en
		5	4	3	2	1
1	¿Usted está de acuerdo que los procesos de contratación pública son realizados conforme el presupuesto asignado para compras?					
2	¿Está de acuerdo que a las MIPyMES se les considera al momento de asignar las compras públicas?					
3	¿Está de acuerdo que la asignación de compras públicas las grandes empresas obtienen mayores contratos?					
4	¿Usted está de acuerdo que un alto número de solicitudes de compras le corresponde a las MIPyMES?					
5	¿Considera que se evalúa el cumplimiento de cada proceso de contratación?					
6	¿Está de acuerdo que las MIPyMES conocen la normativa legal referente a las compras públicas?					
7	¿Está de acuerdo que las MIPyMES generan al alto índice de empleos?					
8.	¿Usted está de acuerdo que las MIPyMES tienen participación mínima en la compra pública?					
9	¿Está de acuerdo que en la etapa preparatoria se favorece a las MIPyMES?					
10	¿EL GAD realiza planes de información para dar a conocer a las MIPYMES el procedimiento de contratación pública?					
11	¿Está de acuerdo que la mayoría de las MIPyMES están debidamente registradas?					
12	¿Está de acuerdo que las MIPyMES conocen los diferentes tipos de procedimiento de contratación pública?					
13	¿Está de acuerdo que se enseña a las MIPyMES Fase contractual que se realiza a través del GAD Manta?					
14	¿Está de acuerdo que se necesita una alianza estratégica entre las MIPyMES con la Unidad de Compras Públicas del GAD Manta?					
15	¿Está de acuerdo que es necesario utilizar estrategias para acceder MIPyMES a los procesos de contratación pública del GAD Manta?					

Anexo 2. ENTREVISTA DIRIGIDA AL DIRECTOR DE COMPRAS PÚBLICAS DEL GAD MANTA

Instrucciones: debe responder a las interrogantes de manera argumentativas exponiendo sus opiniones si lo cree necesario. Es importante que responda la totalidad de las preguntas.

¡Muy agradecida por su incalculable colaboración!

Preguntas:

1. Desde su perspectiva ¿La Dirección de Compras Públicas, receptó las solicitudes de compra introducidas por las MIPyMES dentro del período fiscal?

R: Si claro, siempre se realiza de esa manera, contamos con un sitio web, además de las oficinas donde se tramita todo, y dentro del periodo fiscal.

2. Según su opinión. ¿Cuáles son las ventajas de las grandes empresas sobre las PyMES al momento de acceder a los procesos de contratación pública del GAD Manta?

R. Bueno, ellos cuentan con un equipo legal y administradoras que se encarga de realizar los procedimientos adecuados y a tiempo. Esa es la principal, ventaja, además de realizar cursos que a los empleados sobre la gestión de contratación pública, es decir, invierten en la capacitación de su personal, y eso, es una gran ventaja. Además, poseen conocimientos sobre la normativa legal que rige a estas contrataciones.

3. ¿Cree usted que las MIPyMES posee los conocimientos legales para acceder a los procesos de contratación pública del GAD Manta?

R: Me atrevo a decir, que la mayoría no la poseen, existen inscritas una gran cantidad aquí en Manta, y cuando llega el momento de la contratación pública, es mínima aquellos que se participan. Cuando se habla con ello, evidencian que desconocer los aspectos legales que les permiten acceder.

4. ¿Qué grado de satisfacción considera usted que proyecta el Departamento de Compras Públicas en las MIPyMES?

R: Bueno, el nivel de confianza es alto, pero creo que nos falta una mayor publicidad y comunicación para hacerles llegar el mensaje de cómo acceder a la contratación pública.

5. ¿Cómo describiría los procesos de contratación donde exista mayor participación de las MIPyMES en el GAD Manta?

R: los describo como efectivo, porque existe transparencia y efectividad en la contratación pública donde participan las MIPyMES. Cada procedimiento es claro, sencillo de seguir y cumplir con cada uno de los requisitos. No obstante, considera que deben realizar cursos, asistir a talleres para aumentar ese conocimiento

6. ¿Cuáles estrategias usted sugiere para que las MIPyMES accedan a los procesos de contratación?

R: estrategias empresariales que abarquen una matriz FODA, planes de capacitación, planes de acercamiento al GAD, capacitación en el uso de la plataforma *web* de contratación pública, de nuestra propia página, estrategias de comunicación. Bueno, todas aquellas que les permitan acceder de manera efectiva.

**7. ¿Cree usted que las MIPyMES tienen participación mínima en la compra pública?
¿Por qué?**

R: si, su participación es mínima, porque no representan la cantidad de ellas que están constituidas. ¿Por qué? Para empezar, tiene un desconocimiento de las leyes, una falta de estrategias gerenciales y de innovación, uso inadecuado de la tecnología, e incluso una ausencia de autoconfianza hacia su propia empresa.

8. ¿Está de acuerdo que es necesario utilizar estrategias para acceder MIPyMES a los procesos de contratación pública del GAD Manta?

R: Si, estoy de acuerdo en que es necesario que se ayude a las MIPyMES a comprender y realizar los procesos de contratación pública, porque ellos representan un alto porcentaje en la generación de empleo, y para el desarrollo del GAD, lo cual impacta, positivamente en la calidad de vida de los ciudadanos.