



ESTUDIO DE LAS CAUSAS QUE LIMITAN LA UTILIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS BANCARIOS EN LAS PYMES DEL SECTOR COMERCIAL DEL CANTÓN MILAGRO Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL.

**Autores:**

Ing. Mayra del Rocío Orozco Puga MAE

Eco. Enrique Robles Salguero MAE

## ANTECEDENTES

- ✓ Las Pymes constituyen un aporte fundamental en la economía de un país.
- ✓ Generación de riqueza, generación de empleo y oportunidad de crecimiento al entorno.
- ✓ Una de las limitaciones que presentan es el incorrecto uso de los servicios financieros.

# ANTECEDENTES



¿De que manera influye el limitado conocimiento de los productos y servicios en las Pymes?



## OBJETIVO GENERAL

Determinar el efecto que tiene en las Pymes del sector comercial del Cantón Milagro **un mejor conocimiento** respecto de la correcta utilización de los productos y servicios que ofrece la Banca.



## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

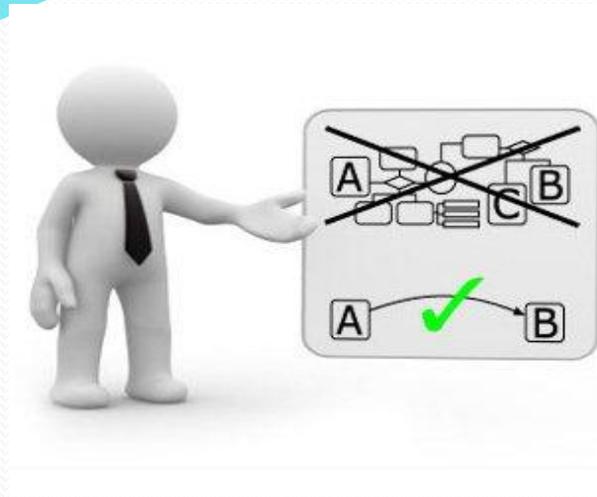
Identificar el efecto que tiene la **difusión eficaz** por parte de las **Instituciones bancarias**.

Analizar el efecto que tiene mantener paradigmas equivocados asociados con los costos y complejidad.

Determinar el impacto que tiene una acción Gremial propenda el fortalecimiento del conocimiento.

Determinar el efecto que tiene **la intervención Estatal** con **capacitación financiera**...





## HIPÓTESIS GENERAL

**Un mejor conocimiento** respecto de la correcta utilización de los productos y servicios que ofrece la Banca **optimiza la gestión empresarial** de las Pymes del sector comercial del Cantón Milagro.



## TAMAÑO DE LA MUESTRA

✓ **Población:** 162 Pequeñas y Mediana Empresas (finita)

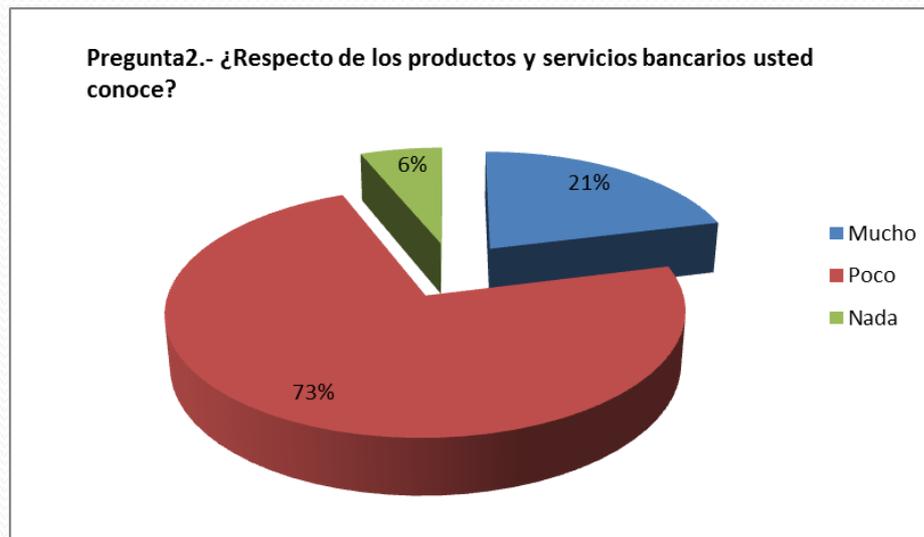
✓ **Muestra:** 114 Pequeñas y Mediana Empresas



✓ **Fuente:** Departamento de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación de la Universidad Estatal de Milagro (2011 )

## Pregunta .- ¿Respecto de los productos y servicios bancarios usted conoce?

ALTERNATIVAS	Nº DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Mucho	24	21%
Poco	83	73%
Nada	7	6%
TOTAL	114	100%





## RESULTADOS

- ✓ Respecto de los productos y servicios que ofrece la Banca el 73% de los encuestados indicaron conocer poco, el 6% indicó conocer nada y el 24% indicó conocer mucho.
- ✓ El 83% de los encuestados consideran que contar con información técnica de los productos y servicios que ofrece la banca les ayudará a «Identificar una mejor opción de financiamiento»; «Formalidad tributaria»; «Fortalecerse frente a sus competidores».
- ✓ Los encuestados perciben que las Instituciones bancarias no difunden en los diferentes medios de comunicación la correcta utilización o aplicación de sus productos y servicios, así opinan el 61%.

# Resultados



- ✓ La percepción del 66% de los encuestados es que los trámites que se realizan en los bancos son «Complejos/Complicados».
- ✓ El 70% de los encuestados no pertenecen a una Asociación o Gremio.
- ✓ El 90% de los encuestados no han participado en capacitaciones respecto del uso o aplicación de productos y servicios bancarios.

# CONCLUSIONES



- ✓ El sistema financiero no está difundiendo de forma eficaz sus productos y servicios.
- ✓ Las Pymes comerciales del Cantón Milagro valoran en mayor grado la posibilidad de que los trámites bancarios sean menos complejos sobre los costos que estos tuvieran.
- ✓ Las Pymes comerciales del Cantón Milagro cuentan con necesidades que pueden ser satisfechas con productos y servicios bancarios, sin embargo no aprovechan los mismos.
- ✓ Existe una baja participación de las Pymes en capacitaciones que realiza el sector estatal.
- ✓ Existen barreras o percepciones erradas sobre el uso de los productos y servicios bancarios en las Pymes comerciales del Cantón Milagro que limitan el acercamiento hacia la Banca.



# RECOMENDACIONES

- ✓ La Banca debe aprovechar el segmento de las Pymes ya que existe una necesidad insatisfecha e inclusive ofrecer productos diferenciados para ellos.
- ✓ Debe existir un mayor acercamiento entre las Pymes y la Banca en donde el rol de la Universidad se debe constituir en el vínculo que genere la sinergia necesaria.
- ✓ El sector bancario debe fortalecer sus procesos de difusión de los productos y servicios que ofrecen a efectos de que las Pymes sean partícipes de sus beneficios.

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

