



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROPUESTA DE ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA BANAPLAST  
FOMENTANDO EL POSICIONAMIENTO COMPETITIVO DE MERCADO  
EN LA PROVINCIA DE EL ORO

GRANDA ALVARADO MARTHA PAOLA  
INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MACHALA  
2019



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROPUESTA DE ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA  
BANAPLAST FOMENTANDO EL POSICIONAMIENTO  
COMPETITIVO DE MERCADO EN LA PROVINCIA DE EL ORO

GRANDA ALVARADO MARTHA PAOLA  
INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS

MACHALA  
2019



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

EXAMEN COMPLEXIVO

PROPUESTA DE ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA BANAPLAST  
FOMENTANDO EL POSICIONAMIENTO COMPETITIVO DE MERCADO EN LA  
PROVINCIA DE EL ORO

GRANDA ALVARADO MARTHA PAOLA  
INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ROMERO HIDALGO OSCAR MAURICIO

MACHALA, 01 DE FEBRERO DE 2019

MACHALA  
01 de febrero de 2019

**Nota de aceptación:**

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado PROPUESTA DE ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA BANAPLAST FOMENTANDO EL POSICIONAMIENTO COMPETITIVO DE MERCADO EN LA PROVINCIA DE EL ORO, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



---

ROMERO HIDALGO OSCAR MAURICIO  
0702603747  
TUTOR - ESPECIALISTA 1



---

PALOMEQUE SOLANO MARIA EUGENIA  
0703531517  
ESPECIALISTA 2



---

PARRA OCHOA EUDORO BENITO  
0701063406  
ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: viernes 01 de febrero de 2019 - 10:14

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** GRANDA ALVARADO MARTHA PAOLA\_PT-011018.pdf  
(D47016369)  
**Submitted:** 1/20/2019 2:54:00 AM  
**Submitted By:** titulacion\_sv1@utmachala.edu.ec  
**Significance:** 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

## CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, GRANDA ALVARADO MARTHA PAOLA, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado PROPUESTA DE ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA BANAPLAST FOMENTANDO EL POSICIONAMIENTO COMPETITIVO DE MERCADO EN LA PROVINCIA DE EL ORO, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 01 de febrero de 2019



GRANDA ALVARADO MARTHA PAOLA  
0704987007

## **AGRADECIMIENTO**

Principalmente a Dios, a mi madre a mis hermanos y familia en general, a Dios por permitirme ser guía en todas mis decisiones, a mi familia por el apoyo que siempre me han brindado y la confianza para ser de mí una mejor persona día a día.

Agradezco a mi tutor Ing. Oscar Romero Hidalgo por brindarme los conocimientos necesarios, la experiencia para la culminación del presente informe.

## **DEDICATORIA**

Este trabajo se lo dedico a mi familia por darme el apoyo necesario en todo el trayecto de mi carrera, base y fuente de inspiración, a mis amigos, compañeros, por la confianza que me han sabido brindar, a mis profesores con los que he podido sembrar una buena amistad por todo el conocimiento que me han brindado.



## **RESUMEN**

### **PROPUESTA DE ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA BANAPLAST FOMENTANDO EL POSICIONAMIENTO COMPETITIVO DE MERCADO EN LA PROVINCIA DE EL ORO**

**Autor: Granda Alvarado Martha Paola**

**Tutor: Ing. Romero Hidalgo Oscar Mauricio**

Las empresas productivas para poder diferenciarse y ser competitivas a nivel global empresarial, deben determinar estrategias innovadoras que les permitan no sólo posicionarse dentro del mercado, sino generar confiabilidad hacia el usuario. El objetivo de este trabajo es poder determinar el análisis interno de la empresa Banaplast S.A, ubicada en la ciudad de Machala Provincia de El Oro, mediante el uso de Herramientas metodológicas que le permitan realizar un análisis interno de las fortalezas y debilidades con las que esta cuenta para tomar esto como referencia analítica y así determinar aquellas fortalezas como estrategias de sostenimiento empresarial.

Se llevó a cabo este proceso mediante el uso de las herramientas de análisis interno que permitió determinar las variables de cada área funcional que cuenta la empresa, así mismo, El uso de la herramienta MEFI la mismas que impulsó a la determinación ponderada del análisis interno fortalezas y debilidades con ello determinando cuales son los puntos fuertes de mayor relevancia y los puntos débiles que se debe corregir para crear competitividad empresarial.

**Palabras Claves: Análisis interno, competitividad, posicionamiento.**

## **ABSTRACT**

### **PROPOSAL FOR AN INTERNAL ANALYSIS FOR THE STRATEGIC POSITIONING OF THE BANAPLAST COMPANY.**

The productive companies to be able to differentiate themselves and to be competitiveness at global business level, must determine innovative strategies that allow them not only to position themselves within the market but to generate reliability towards the user.

The objective of this work is to be able to determine the internal analysis of the company Banaplast S.A, located in the city of Machala province of El Oro, through the use of methodological tools that allow him to carry out an internal analysis of the strengths and weaknesses With which this account to take this as an analytical reference and thus determine those strengths as strategies of business sustainability.

This process was carried out by using the tools of internal analysis that allowed to determine the variables of each functional area that the company counts, likewise, the use of the tool MEFI the same that impulse to the weighted determination of the analysis Internal strengths and weaknesses with this determining which are the most important strengths and weaknesses that should be corrected to create business competitiveness.

Keywords: internal analysis, competitiveness, positioning.

## ÍNDICE

<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>1</b>
<b>DEDICATORIA</b>	<b>2</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>3</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>4</b>
<b>ÍNDICE</b>	<b>5</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>6</b>
<b>INDICADORES DE PROBLEMA</b>	<b>7</b>
<b>VENTAJAS COMPETITIVAS</b>	<b>7</b>
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>7</b>
<b>1.DESARROLLO</b>	<b>8</b>
1.1 Planificación estratégica	8
1.2 Competitividad	8
1.3 Matriz FODA	8
1.4 Análisis Interno	8
<b>2.PROCESO METODOLÓGICO</b>	<b>10</b>
1.2.5 MATRIZ DE ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA BANAPLAST S.A	12
1.2.6 MATRIZ EVALUACIÓN FACTORES INTERNOS (MEFI) TABLA 2	13
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>17</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>18</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 MATRIZ DE ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA BANAPLAST	10
TABLA 2 MATRIZ EVALUACIÓN FACTORES INTERNOS (MEFI).	11

## INTRODUCCIÓN

A través de la historia el hombre ha tenido la incertidumbre de conocer todo lo que sucede a su alrededor, debido a los cambios que va adquiriendo la sociedad día a día por efectos de la globalización misma. Razón por la cual es de gran importancia estudiar aquellos factores relacionados con la administración estratégica, en el ámbito del crecimiento empresarial (Alarcón Espinoza & Torres Paredes, 2017).

En los últimos cambios empresariales los diferentes factores como la globalización, modernización, entre otros; han permitido generar aquellos procedimientos de control interno, con el fin de encaminar a las empresas a su objetivo principal, como lo es la planificación estratégica (Serrano, Señalín, Vega, & Herrera, 2018).

La valoración a nivel mundial que mantienen las empresas industriales y manufactureras con respecto a sus análisis internos las ha llevado a reconocer con exactitud aspectos negativos como positivos, y así mismo poder describir acciones relevantes para hacer uso de las correcciones necesarias que se deben tomar. Al hacer uso de estas herramientas de valoración interna es necesario que los empresarios sepan dirigir sus acciones a la mejora del aspecto estudiado independientemente del tamaño de la organización (Campos, Melián, & Ramón, 2014).

Otro aspecto importante para considerar será aquello que promueve la mejora organizativa, como lo es crear una ventaja competitiva, que permita diferenciarse hacia las demás, fortaleciendo el área interna de la empresa desde puntos débiles a fuertes, creando metodologías o procedimientos internos (Mora, Vera, & Molina, 2015).

El crecimiento de las pequeñas y medianas empresas, dentro del mercado global ha constituido gran antelación para el crecimiento de cada país, para poder mantenerse dentro de un mercado deben desarrollarse planes estratégicos que contribuyan a la productividad del mismo (Delfín Acosta, 2016).

De acuerdo con el Ministerio de Industrias en Ecuador (MIPRO), se ha dado un marco de referencia progresivo en los últimos años, debido a la importancia para el desarrollo del sector manufacturero, en el año 2015 representó un 12.3% del producto interno bruto (PIB); mientras que en América Latina es del 12.8 %. Generando un crecimiento importante en la economía ecuatoriana (Espinel, Espinel, Abad, & Fonseca, 2015).

Banaplast S.A esta clasificada dentro de las medianas empresas manufactureras y pioneras dentro de la provincia de El Oro, dedicada a la elaboración de fundas de plástico de toda clase para banano, la empresa es reconocida a nivel interprovincial por su calidad en sus procesos dentro de la planta de producción.

El objetivo principal de este trabajo es determinar el análisis interno de la empresa Banaplast fomentando el posicionamiento competitivo del mercado en la provincia de el Oro.

### **INDICADORES DE PROBLEMA**

- Escasa gestión del plan estratégico
- Inexistencia de un FODA en la empresa
- Estructura organizacional limitada a su tamaño

### **VENTAJAS COMPETITIVAS**

- Entre las ventajas se pueden mencionar las siguientes:
- Equipos modernos de alta tecnología
- Amplia gama de Productos
- Posicionamiento en el mercado Orense

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN**

- Identificar la metodología del análisis Interno de la Empresa Banaplast S.A
- Desarrollar el análisis interno de la Empresa Banaplast S.A
- Establecer la estrategia para el análisis competitivo de la empresa

## **1.DESARROLLO**

La Planificación Estratégica ha incurrido a lo largo del tiempo en las organizaciones como una herramienta imprescindible para su crecimiento, adoptando los pasos necesarios y dándole así una guía de estructuración a cada organización, siempre y cuándo conserve su contexto, permitiéndoles así tomar las mejores decisiones independientemente de las metas planteadas, de esta manera su crecimiento económico será visible (Buendía Rice, 2013).

Para poner en marcha las diferentes estrategias que conllevan a la empresa a la ventaja competitiva, es necesario que se analice los factores que determinan el estudio interno de mediante la planificación estratégica la organización para dentro de ello tomar las decisiones que corresponden por parte de los gerentes de la empresa.

### **1.1 Planificación estratégica**

La planeación estratégica es un proceso a través del cual los gerentes o altos mandos encargados de tomar las decisiones se anticipan a futuro, es decir a largo plazo según las acciones que toman en el presente para el logro de sus objetivos (Andía Valencia, 2016).

### **1.2 Competitividad**

La competitividad hoy en día es un término generalizado para aquellas organizaciones que se manejan en un entorno de constante crecimiento, convirtiéndose de gran relevancia por las exigencias que va adquiriendo el entorno económico, con ellos se ven obligadas aumentar su participación dentro del mercado. (Parody Mindiola, Jiménez Cepeda, & Montero Pulgarín, 2015)

### **1.3 Matriz FODA**

Es un instrumento muy utilizado en las empresas para realizar un análisis tanto interno como externo de una empresa, es decir, nos va a diagnosticar la situación actual de la organización mediante su uso efectivo, así mismo, sirve para medir nuestra competitividad y mejora la toma de decisiones (Salazar Morales & Rivero Ceballos, 2013).

### **1.4 Análisis Interno**

Sirve como herramienta para todo tipo de organización que influye en los resultados ya que es un mecanismo para determinar los avances que se puedan dar, las capacidades actuales, áreas funcionales; esto conlleva al uso de técnicas que reflejen la situación actual de la empresa como lo es la matriz de Evaluación de factores Internos EFI) estos estudiarán las fortalezas y debilidades por cada departamento que cuenta la empresa (Gamboa, Puente, & Vera, 2016).

## 2.PROCESO METODOLÓGICO

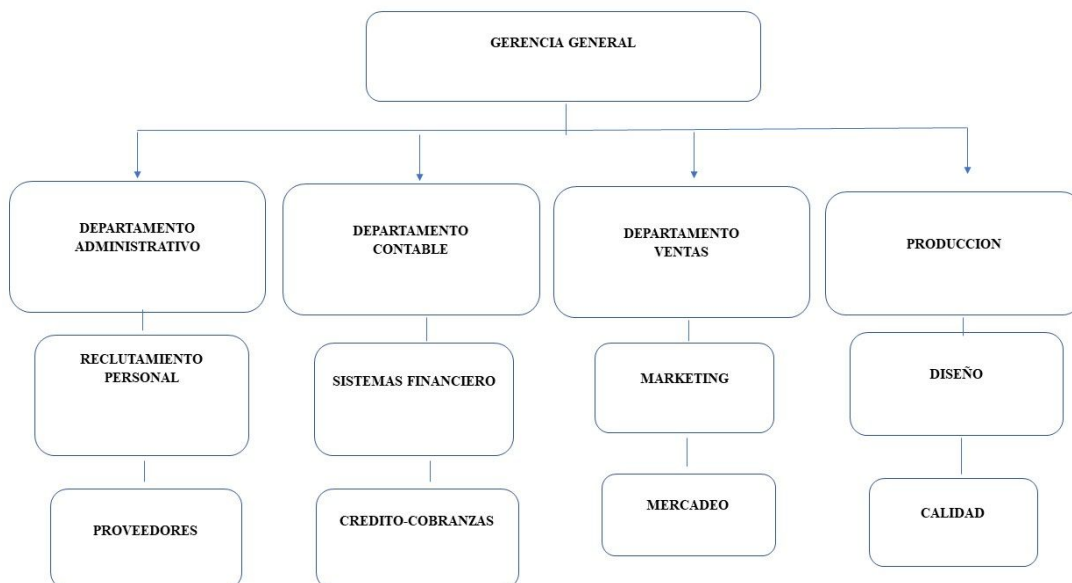
Para el desarrollo del siguiente trabajo se utilizará un método descriptivo- analítica, donde los datos analizar serán información dada de la organización ya que nos permitirá describir todos los aspectos relacionados con el tema del trabajo enlazados hacia la organización con información exacta y oportuna (Mora, Vera, & Molina, 2015).

Su aplicación en sí ayudará a determinar los factores internos como fortalezas y debilidades, mediante ese estudio se podrá analizar las estrategias para mejorar la competitividad estudiando cada departamento de la organización (Silva, 2010).

### 1.2.3 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para establecer el análisis interno de la empresa Banaplast S.A se evidenciará el organigrama estructural con el que cuenta.

### 1.2.4 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL EMPRESA BANAPLAST S.A



Fuente: Autora



Para poder realizar el diagnóstico interno de una empresa es necesario que se describa cada departamento con el que cuenta y esto nos va a permitir analizar las diferentes áreas. La empresa Banaplast cuenta con cinco departamentos los cuales se detallan a continuación:

#### Departamento Administrativo

Dentro del Departamento Administrativo se encuentran las actividades del directivo como la planificación, la organización, ejecución y control, el reclutamiento de personal, contratación de proveedores, del cual existen muchas rotaciones por lo que puede ser una debilidad para la organización.

#### Departamento contable

Es aquel que lleva el detalle y control de los estados financieros dirigido por un jefe de área como el manejo de todas las cuentas contables del sistema.

#### Departamento de ventas

Encargados de la comercialización de sus productos, además las negociaciones para conseguir clientes.

#### Departamento de Producción

El departamento de producción es aquel que está relacionado directamente con la transformación de la materia prima en producto terminado, además encargado del diseño del producto y calidad del mismo.

comenzamos revisando a cada una de las áreas funcionales de la empresa e identificamos sus fortalezas es decir lo positivo de los departamentos, así como también los factores negativos considerados como debilidades y procedemos a elaborar la matriz de análisis interno de la empresa.

## 1.2.5 MATRIZ DE ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA BANAPLAST S.A

TABLA 1

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO</b>	
Personal capacitado en cada área	Planificación estratégica no cumplida en su totalidad
Buen ambiente laboral	No cuenta con Manual de procedimientos
Posicionamiento en el mercado	Infraestructura pequeña
<b>DEPARTAMENTO CONTABLE</b>	
Sistema contable actualizado y eficiente	
<b>DEPARTAMENTO VENTAS</b>	
Segmentación de mercado adecuada	Rotación de proveedores
Facilidades pago a crédito	Falta promociones y ofertas
<b>DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN</b>	
Amplia cartera de Productos	
Equipos modernos de alta tecnología	
Control de calidad, mediciones y mejoramiento	

FUENTE: AUTORA

Se puede evidenciar que los resultados del análisis interno (Fortalezas y debilidades) la empresa cuenta con más aspectos positivos es decir más fortalezas que debilidades para lo

cual contribuye a la permanencia de la misma dentro del mercado como una empresa viable y sustentable.

Posterior al análisis interno con el diagnóstico de fortalezas y debilidades se procede a ponderar aquellas variables identificadas mediante la matriz (MEFI).

Para ponderar los factores internos fortaleza y debilidades de la empresa Banaplast se ha llevado a cada una estructura en donde se asigna una ponderación que a continuación de detalla:

En donde 0.00 es considerado como (No Importante) y 1.00 (Muy Importante), mientras que en la calificación decimos que 4 es considerado como (Fortaleza Mayor), 3 (fortaleza Menor), 2 (Debilidad Menor) y 1 (Debilidad Mayor) y la columna de Puntuación ponderada será el resultado de multiplicar de la ponderación con la calificación dada.

Una vez obtenido los resultados de la ponderación recalcamos los puntos favorables y desfavorables según los resultados obtenidos de las fuerzas internas de la empresa.

### 1.2.6 MATRIZ EVALUACIÓN FACTORES INTERNOS (MEFI)

TABLA 2

Fortalezas	Pond	Calificación	Punt. Pond.
Personal capacitado en cada área	0.09	4	0.36
Buen ambiente laboral	0.08	3	0.24
Posicionamiento mercado	0.1	4	0.40
Sistema contable actualizado y	0.09	3	0.27

eficiente			
Segmentación de mercado adecuada	0.09	4	0.36
Facilidades pago a crédito	0.07	3	0.21
Amplia cartera de Productos	0.07	4	0.28
Plan de seguridad y Control de Riesgo	0.8	4	0.32
Equipos modernos de alta tecnología	0.24	4	0.96
Control de calidad, mediciones y mejoramiento	0.09	4	0.36
TOTAL	1.00		3.76
DEBILIDADES			
Planificación estratégica no cumplida en su totalidad	0.25	1	0.25
Metas de cumplimiento por departamento no establecida	0.25	1	0.25
No cuenta con	0.20	1	0.20

Manual de procedimientos			
Infraestructura pequeña	0.10	2	0.20
Rotación de proveedores	0.10	2	0.20
Falta promociones y ofertas	0.10	2	0.20
TOTAL	1.0		1.3

FUENTE: AUTORA

## RESULTADOS

Como resultado decimos que las fortalezas obtuvieron una puntuación de 3.76, mientras que en las debilidades se obtuvo 1.3, por ende, quiere decir que la empresa tiene más fuerzas competitivas según las variables estudiadas de acuerdo a cada factor interno en comparación con otras empresas, las cuales deben ser aprovechadas dentro del sector manufacturero.

Cabe recalcar que en el análisis de los factores internos de la empresa Banaplast S.A, mediante la matriz MEFI se hace una descripción de las puntuaciones ponderadas más relevantes, la puntuación más alta lo determinan los equipos modernos de alta tecnología con un puntaje de 0.96 convirtiéndose en una de las fortalezas más importantes ya que el uso de la tecnología moderna permite la eficiencia y eficacia en la elaboración de productos terminados.

Con un puntaje de 0.36 para control de calidad mediciones y mejoramiento que es encargada

de controlar que se estén llevando a cabo cada proceso así mismo 0.36 para la segmentación de mercado es decir la empresa tiene buena acogida ya que estamos en una provincia donde la mayor exportación es de banano y los productos mayores a utilizar para su empaque son los que cuenta la empresa.

Dentro de las debilidades más destacadas que tiene la empresa con mayor ponderación 0.25 está el no cumplir con una planificación estratégica al término de su periodo contable, ya que la empresa si se realizan objetivos, pero los cuales no son cumplidos a cabalidad, es decir no se llega a la meta, por ello es una debilidad de gran relevancia que debe tener en consideración la organización. Por consiguiente, con la misma puntuación de 0.25 está el no establecer metas de cumplimiento por departamento es decir se maneja en forma general y no se lleva una medición ni control del mismo.

## CONCLUSIONES

Cumpliendo con los objetivos específicos planteados del presente trabajo se puede decir que se realizó a cabalidad el primer objetivo que es el identificar la metodología del análisis interno para la empresa Banaplast ya que se realizó un diagnóstico de la situación interna de la empresa Banaplast S.A mediante el uso de diferentes herramientas metodológicas como lo es la matriz interna que nos permitió detallar información amplia de los puntos fuertes y débiles de cada departamento mediante el método descriptivo y entrevista al personal de la compañía, además La aplicación de la matriz MEFI evaluó los factores internos considerados, ponderándolos y así mostrándonos como resultados los factores más influyentes o de mayor relevancia para tomar en consideración.

Se Desarrolló el análisis interno de la Empresa Banaplast S.A mediante las herramientas establecidas para llevar a cabo la metodología, se consideró el diagnóstico de cada área con la que cuenta la empresa dentro de ellas administrativo contable ventas y producción y dentro de ellas detallar por departamento los puntos fuertes y débiles.

Se pudo determinar estrategias competitivas buscando el posicionamiento de la empresa trabajando en aquellas fortalezas como instrumento de conservación recalcando los más importantes como resultado lo determinan los equipos modernos de alta tecnología y el control de calidad mediciones y mejoramiento que tiene la empresa. e identificando las debilidades como instrumentos de mejora en ellas se determinó el no cumplir con una planificación estratégica y el no establecer metas de cumplimiento por departamento.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alarcón Espinoza, F. X., & Torres Paredes, M. d. (2017). Evaluación de control interno y gestión del riesgo aplicando el informe coso i,ii, iii; en los procesos administrativos y financieros de las entidades públicas. *Revista Publicando*, 32-48. Obtenido de [https://www.rmlconsultores.com/revista/index.php/crv/article/view/544/pdf\\_368](https://www.rmlconsultores.com/revista/index.php/crv/article/view/544/pdf_368)
- Andía Valencia, W. (2016). Enfoque metodológico para los objetivos estratégicos en la planificación del sector público . *Industrial Data*, 19, 28-32. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/816/81650062004.pdf>
- Buendía Rice, E. A. (2013). El papel de la Ventaja Competitiva en el desarrollo económico de los países. *Análisis Económico*, 55-78. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41331033004>
- Campos, V., Melián, A., & Ramón, J. (2014). El método Delphi comot écnica de diagnóstico estratégico.Estudio empírico aplicado a las empresas de inserción en España. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 72-81. Obtenido de <http://www.elsevier.es/es-revista-revista-europea-direccion-economia-empresa-346-pdf-S1019683813000620>
- Delfin Acosta, F. M. (2016). Importancia y Analisis del desarrollo Empresarial. *pensamiento y gestión*, 184-202. Obtenido de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/8810/8595>
- Espinel, J. G., Espinel, V. A., Abad, S. L., & Fonseca, J. C. (2015). POLITICA INDUSTRIAL DEL ECUADOR 2016-2025. *Politica Industrial Web*, 1-158. Obtenido de <https://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/01/politicaIndustrialweb-16-dic-16-baja.pdf>



- Gamboa, J., Puente, S., & Vera, P. (2016). Importancia del control interno en el sector público. *Revista Publicando*, 487-502. Obtenido de [file:///C:/Users/Administrator/Downloads/Dialnet-ImportanciaDelControlInter noEnElSectorPublico-5833405.pdf](file:///C:/Users/Administrator/Downloads/Dialnet-ImportanciaDelControlInter%20noEnElSectorPublico-5833405.pdf)
- Mora, E., Vera, M., & Molina, M. (2015). Planificación Estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá. *ELSEVIERDOYMA*, 79-87. Obtenido de [https://ac.els-cdn.com/S0123592314001600/1-s2.0-S0123592314001600-main .pdf?\\_tid=0a3062fd-13fb-419d-9e7e-2e10f91be7b1&acdnat=1546490368\\_b6 5fb78b487eb95939912144d59236c](https://ac.els-cdn.com/S0123592314001600/1-s2.0-S0123592314001600-main.pdf?_tid=0a3062fd-13fb-419d-9e7e-2e10f91be7b1&acdnat=1546490368_b65fb78b487eb95939912144d59236c)
- Parody Mindiola, K. D., Jiménez Cepeda, L. M., & Montero Pulgarín. (2015). Análisis de los factores internos de competitividad: caso de las empresas lácteas del. *Pensamiento y Gestión*, 199-210. Obtenido de [https://revistas.upb.edu.co/index.php/cienciasestrategicas/article/viewFile/760 4/6936](https://revistas.upb.edu.co/index.php/cienciasestrategicas/article/viewFile/7604/6936)
- Salazar Morales, T., & Rivero Ceballos, J. L. (2013). Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades en el INCES penitenciario región Los Andes venezolanos 20111\*. *Vision Gerencial*, 395-414. Obtenido de <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/visiongerencial/article/view/5428/5221>
- Serrano, P., Señalín, L., Vega, F., & Herrera, J. (2018). El control interno como herramienta indispensable para una gestión financiera y contable eficiente en las empresas bananeras del cantón Machala. 39, 1-13. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n03/a18v39n03p30.pdf>
- Silva, R. (2010). ENFOQUE CONCEPTUAL DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA. *PERSPECTIVAS*, 153-178. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941230008.pdf>