



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Ingenieros en Marketing y Gestión de Negocios

TEMA: “La dinámica empresarial y el emprendimiento como factor determinante en el desarrollo del ciclo de vida de la PYMES de la zona tres”

AUTORES:

Edison Armando Villalba Villafuerte

Oswaldo Javier Villacís Olovache

TUTOR: Dr. Walter Ramiro Jiménez Silva, MBA.

AMBATO – ECUADOR

Marzo 2018



APROBACIÓN DEL TUTOR

Dr. Walter Ramiro Jiménez Silva, MBA.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación **“La dinámica empresarial y el emprendimiento como factor determinante en el desarrollo del ciclo de vida de la PYMES de la zona tres”** presentado por **Edison Armando Villalba Villafuerte y Oswaldo Javier Villacís Olovache** para optar por el título de Ingenieros en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 19 marzo del 2018



Dr. Walter Ramiro Jiménez Silva, MBA.

C.I. 0501797351

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **Edison Armando Villalba Villafuerte** y **Oswaldo Javier Villacís Olovache**, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto como requerimiento previo a la obtención del Título de Ingenieros en Marketing y Gestión de Negocios son absolutamente originales, auténticos personales a excepción de las citas bibliográficas.



.....
Edison Armando Villalba Villafuerte

C.I. 180519663-9



.....
Oswaldo Javier Villacís Olovache

C.I. 180462677-6

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Dr. Kléver Armando Moreno Gavilanes, MBA, Dr.

C.I. 1802466370



Ing. Iván Fernando Silva Ordóñez, MBA.

C.I. 1802490548

Ambato, 19 Marzo 2018

DERECHOS DE AUTOR

Autorizamos a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro proyecto, con fines de difusión pública, además aprobamos la reproducción de este proyecto, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando nuestros derechos de autor.



.....
Edison Armando Villalba Villafuerte

C.I. 180519663-9



.....
Oswaldo Javier Villacís Olovache

C.I. 180462677-6

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato y a todos quienes integran esta excelente institución donde forman profesionales de éxito con calidad humana.

A mi madre por ser un apoyo incondicional que me supo guiar siempre por un buen camino siendo un ejemplo de lucha y constancia para cumplir mis metas y construir mis sueños.

Mis agradecimientos también están dirigidos a la excelentísima persona y amigo, mi profesor y tutor, Dr.MBA.Walter Jiménez Silva, sin su paciencia, arduo trabajo y enseñanzas no hubiese podido concluir el presente trabajo de titulación.

Edison Armando Villalba Villafuerte

Mi agradecimiento primeramente a dios por brindarme la oportunidad de despertar cada día y permitirme cumplir mis objetivos.

De la misma manera un especial agradecimiento a todo el grupo de Docentes de la Universidad Técnica de Ambato que compartieron sus conocimientos con mi persona y así conocer un poco más de la vida profesional.

Mi más sincera gratitud al Dr. MBA. Walter Jiménez, por su profesionalismo, compromiso y dedicación en este trabajo de investigación.

Un Dios les pague a mis padres, abuelitos, y hermanos ya que fueron y son un pilar fundamental en mi vida y me han demostrado que por más obstáculos que se atraviesen en la vida siempre hay que salir adelante.

Oswaldo Javier Villacis Olovache

DEDICATORIA

El presente proyecto de investigación va dedica a Dios por estar presente y ser una guía en cada paso que doy, por haber puesto en mi vida a buenas personas que contribuyeron a mi crecimiento personal y profesional; a mi madre, Nely Villafuerte por darme la vida, ser mi guía, un ejemplo al enseñarme a salir adelante y nunca derrumbarme ante las adversidades, Madre gracias por darme una carrera para forjar mi futuro y siempre estar conmigo.

Edison Armando Villalba Villafuerte

Este trabajo se lo entrego a Dios ya que gracias a su bendición me ha permitido culminar mi carrera profesional y no me ha permitido desmayar y renunciar pese a las dificultades que se me ha presentado.

A mi familia que fueron el apoyo ideal para mi vida estudiantil, pero en especial un especial agradecimiento a mis abuelitos que fueron ellos los que me apoyaron como padres y fueron el eje en mi vida personal y ahora tengo por seguro que lo serán en mi vida profesional.

Así mismo quiero dedicar este esfuerzo a mi esposa ya mi pequeño hijo Iker Xavier quienes también se convirtieron en mi pilar y mi apoyo para mi desempeño en la vida diaria.

Oswaldo Javier Villacis Olovache

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	I
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	III
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL.....	IV
DERECHOS DE AUTOR	V
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VII
RESUMEN EJECUTIVO	XIV
ABSTRACT.....	XV
ÍNDICE GENERAL.....	VIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	X
ÍNDICE DE TABLAS	XII
1.DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1.Tema de Investigación.....	1
1.2.Descripción del problema de investigación.....	1
1.3.Árbol del problema.....	4
1.4.Delimitación	5
1.5.Justificación.....	6
2. OBJETIVOS.....	7
2.1.Objetivo General	7
2.2.Objetivos específicos:.....	7
3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (ESTADO DEL ARTE)	8
3.1 Antecedentes investigativos	8
3.2. Fundamentación teórica	10
3.2.1. La dinámica empresarial	10

3.2.2 El Emprendimiento.....	13
3.2.3 PYMES.....	26
4. METODOLOGÍA	39
4.1 Métodos teóricos	39
4.2 Métodos empíricos	40
4.3 Población y muestra	41
4.4. Validación del instrumento	43
5. RESULTADOS.....	46
5.1. Análisis e Interpretación de resultados.....	46
5.2. Validación teórica práctica de los resultados	61
5.3. Correlación de Pearson.....	62
5.4. Propuesta de Solución	65
6. CONCLUSIONES.....	77
7. RECOMENDACIONES.....	78
8. BIBLIOGRAFÍA.....	79
ANEXOS.....	85

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1 PYMES por actividad.....	1
Figura 2 Árbol del problema.....	4
Figura 3 Dinámica empresarial.....	11
Figura 4 Fases del emprendimiento.....	15
Figura 5 Factores clave del emprendimiento.....	20
Figura 6 Factores claves para el emprendimiento.....	23
Figura 7 Representación de PYMES en Ecuador.....	31
Figura 8 Sectores económicos.....	32
Figura 9 Diagrama de dispersión del nivel de competitividad con el cambio respecto a la tecnología y desarrollo de la empresa.....	64
Figura 10 Diagrama de dispersión del nivel de competitividad de la empresa con la estructura organizacional e imagen corporativa.....	64
Figura 11 Diagramas de dispersión del nivel de competitividad de la empresa con el comportamiento de la empresa.....	65
Figura 12 Género del emprendedor.....	89
Figura 13 Instrucción.....	89
Figura 14 Edad del emprendedor.....	90
Figura 15 Tipo PYME.....	90
Figura 16 Motivo para aperturar la empresa.....	91
Figura 17 Experiencia previa.....	91
Figura 18 Obtención del capital.....	92
Figura 19 Fuentes de financiamiento.....	92
Figura 20 Destino de los créditos.....	93
Figura 21 Destino para la venta de los productos.....	93
Figura 22 Principales clientes.....	94
Figura 23 Nivel de competitividad de la empresa.....	94
Figura 24 Cambio respecto a tecnología y desarrollo de la empresa.....	95
Figura 25 Estructura organizacional e imagen corporativa.....	95
Figura 26 Comportamiento de la empresa en los últimos años.....	96
Figura 27 Porcentaje que la empresa ha crecido.....	96
Figura 28 Principales limitantes/barreras externas que impiden el desarrollo.....	97

Figura 29 Principales limitantes/barreras internas que impiden el desarrollo	97
Figura 30 Promoción hacia los diferentes programas de apoyo y asociatividad para las PYMES	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Contribución del emprendimiento en la economía local	17
Tabla 2 Estratificación de empresas.....	29
Tabla 3 Beneficios y obstáculos de las Pymes.....	30
Tabla 4 Actividades económicas de la zona 3	34
Tabla 5 Tamaño y número de empresas manufactureras de la zona 3.....	35
Tabla 6 Ciclo de vida de la PYME.....	37
Tabla 7 Número de PYMES Zona 3	42
Tabla 8 Muestra.....	43
Tabla 9 Validación del instrumento	44
Tabla 10 Resumen de procesamiento de casos	45
Tabla 11 Alfa de Cronbach	45
Tabla 12 Género del emprendedor	46
Tabla 13 Instrucción.....	46
Tabla 14 Edad del emprendedor	47
Tabla 15 Tipo de PYME	48
Tabla 16 Motivo para aperturar la empresa	49
Tabla 17 Importante para un emprendimiento	50
Tabla 18 Experiencia previa.....	50
Tabla 19 Obtención del capital	51
Tabla 20 Fuentes de financiamiento	52
Tabla 21 Destino de los créditos	52
Tabla 22 Destino para la venta de los productos.....	53
Tabla 23 Principales clientes.....	54
Tabla 24 Nivel de competitividad de la empresa	54
Tabla 25 Cambio respecto a tecnología y desarrollo de la empresa	55
Tabla 26 Estructura organizacional e imagen corporativa.....	56
Tabla 27 Comportamiento de la empresa en los últimos años.....	57
Tabla 28 Porcentaje que la empresa ha crecido	57
Tabla 29 Principales limitantes/barreras externas que impiden el desarrollo	58
Tabla 30 Principales limitantes/barreras internas que impiden el desarrollo.....	59
Tabla 31 Política gubernamental que impulse el emprendimiento	60

Tabla 32 Promoción hacia los diferentes programas de apoyo y asociatividad para las PYMES	60
Tabla 33 Correlación de Pearson	62
Tabla 34 Modelo de gestión productiva para las PYMES	69
Tabla 35 Modelo de gestión financiera para las PYMES	70
Tabla 36 Modelo de gestión financiera para las PYMES	72
Tabla 37 Modelo de marketing digital aplicado a las PYMES	74

RESUMEN EJECUTIVO

La Zonal 3 es la más extensa del país pues equivale el 18% del territorio ecuatoriano. Se encuentra conformada por las provincias de Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Pastaza. Esta zona se caracteriza por su ubicación geográfica estratégica, ya que constituye una conexión importante entre la Sierra y Amazonía, además gracias a su capacidad productiva, agropecuaria, manufacturera, energética y de servicios, se ha convertido en un gran centro de acopio agrícola y enclave comercial a nivel nacional.

Por tal motivo el presente trabajo de investigación tiene como objetivo indagar sobre la dinámica empresarial y el emprendimiento como factor determinante en el desarrollo del ciclo de vida de las PYMES de la zona 3, considerando que en el Ecuador las pequeñas y medianas empresas son el sustento básico de la economía.

El estudio se apoya en la investigación de campo, con la aplicación de encuestas a 384 emprendedores de la zona 3, con la cual se pudo conocer la situación actual del emprendimiento evidenciando la necesidad de las PYMES de abrirse campo en nuevos nichos de mercado, pues la elevada competitividad empresarial obliga a la conformación de industrias con alta productividad, sostenibles y sustentables.

Posteriormente se propuso un modelo de gestión administrativa para las PYMES de la zona 3 con proyección nacional e internacional que permita ampliar el nicho de mercados y en consecuencia impulsar el crecimiento del sector, a través de la implementación de la digitalización con canales de venta, logística, procesos organizacionales y tiempos como medidas de fidelización de clientes con la utilización de herramientas tecnológicas que permitan visualizar los productos, precios/promociones y de esa forma captar la atención de los clientes.

PALABRAS CLAVES: INVESTIGACIÓN, DINÁMICA EMPRESARIAL, EMPRENDIMIENTO, PYMES.

ABSTRACT

Zonal 3 is the most extensive in the country because it is equivalent to 18% of the Ecuadorian territory. It is formed by the provinces of Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo and Pastaza. This area is characterized by its strategic geographical location, since it constitutes an important connection between the Sierra and the Amazon, and thanks to its productive capacity, agriculture, manufacturing, energy and services, it has become a large center of agricultural collection and commercial nationwide.

For this reason the present research work aims to investigate business dynamics and entrepreneurship as a determining factor in the development of the life cycle of SMEs in zone 3, considering that in Ecuador small and medium enterprises are the sustenance basic of the economy.

The study is supported by field research, with the application of surveys to 384 entrepreneurs in zone 3, with which the current situation of the enterprise could be known, evidencing the need for SMEs to open up new niches in the market. the high business competitiveness requires the creation of industries with high productivity, sustainable and sustainable.

Subsequently, an administrative management model for SMEs in zone 3 was proposed with national and international projection that would expand the market niche and consequently boost the growth of the sector, through the implementation of digitalization with sales channels, logistics, organizational processes and times as measures of customer loyalty with the use of technological tools that allow visualizing the products, prices / promotions and in this way capture the attention of customers.

KEYWORDS: INVESTIGATION, DYNAMICS BUSINESS, ENTREPRENEURSHIP, PYMES.

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Tema de Investigación

La dinámica empresarial y el emprendimiento como factor determinante en el desarrollo del ciclo de vida de la PYMES de la zona tres.

1.2. Descripción del problema de investigación

La zona de Planificación 3, está integrada por las provincias de Cotopaxi, Chimborazo, Pastaza y Tungurahua, es la más extensa del país, debido a que equivale al 18% del territorio ecuatoriano, cuyas actividades económicas se basan en servicios, comercio, agricultura, manufactura, construcción, exportación de minas y canteras, a más de ser un centro de acopio agrícola del país y es un importante nodo comercial a escala nacional (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2010), razón por la cual la implementación de planes, programas, proyectos y actividades enfocados en el desarrollo sostenido y con altos estándares de calidad, de la industria básica e intermedia, sector productivo industrial y terciario, agroindustrial, el fortalecimiento de las micro, pequeñas, medianas empresas, comercialización de bienes y servicios son estrategias importantes que plantea la Coordinación Zonal 3 MIPRO.

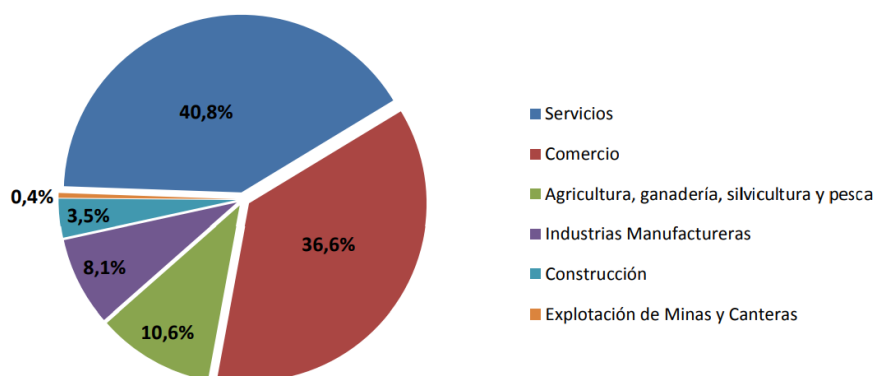


Figura 1 PYMES por actividad
Fuente: Ecuador en cifras (2014)

Es de considerar que las Pymes, son clave en el desarrollo del país, mismas que representan el 9,3% del total de empresas, pero su participación en la industria y en las exportaciones todavía es baja, su capacidad para crear empleo, contribuir a la mejor

distribución de ingresos y mejorar competencias hace que en dicho sector sea prioritario el diseño de políticas públicas que garanticen su persistencia y aporte a la economía nacional (El Telégrafo, 2013). En Ecuador, según datos del Servicio de Rentas Internas (SRI), entre 2007 y 2013 las Pymes crecieron un 41%, es decir, pasaron de 66.000 a 93.000 empresas y representan el 97% de las sociedades que generaron ingresos e incluso su volumen de ventas incrementó un 60% alcanzando \$ 208 millones en 2013, además que se sostiene que las pymes aportan el 25% del PIB no petrolero.

Es importante considerar que las Pymes mayoritariamente son parte de encadenamientos productivos en los cuales participan empresas de distintos tamaños y sectores y abordar este tipo de realidad productiva suscita de un enfoque de política integral que origine un alto impacto al incluir elementos de mejora de la competitividad de las firmas, junto con las consideraciones de variables territoriales, sectoriales e institucionales (Secretaría Nacional de Planificación y desarrollo, 2013).

Calle (2015), indica que a través de mesas de implementación sectoriales, la Coordinación Zonal 3, se han planteado planes para la promoción de la competitividad, financiamiento, defensa de la competencia desleal, situación de importaciones y promoción de las inversiones, además de trabajar en post de mejorar cada eslabón de la cadena productiva, además de fomentar la asociatividad como eje transversal del desarrollo de las economías, fortaleciendo su capacidad de gestión y negociación, a través de la aplicación de nuevas tecnologías y capacidades de innovación productiva, sin embargo, es importante socializar todas estas estrategias para que los micro y medianos empresarios puedan sacar a flote su negocio.

Pues, la globalización, ha cambiado el accionar de las sociedades y es evidente que actualmente no existen tantas barreras culturales, comunicacionales y políticas, lo que da paso a la integración social que tiene como fin el desarrollo de los pueblos, es así como los mercados globales son el resultado de la internacionalización (participación de las empresas en el mercado a mayor escala), considerando los requerimientos del mercado constituido en su destino. De esta manera la participación de las Pymes en el mercado global cada vez es mayor, sin embargo, debe trabajar para estar a la par de los grandes competidores, pues las Pymes ecuatorianas generan puestos de trabajo de

alrededor del 50%, esto permite interpretar que dicho sector tiene un importante potencial para desarrollar su competitividad (Zúñiga, Espinoza, Campos, Tapia, & Muñoz, 2016).

Las Pymes son de suma importancia en el desarrollo del país ya que son vitales desde el punto de vista económico y social pues el sector crea oportunidades de distinta naturaleza en las transformaciones productivas y sociales en marcha, de esta manera contribuyen al país mediante empleo, transformación de tecnología y capacitación de la mano de obra, además que se constituyen como pilares del desarrollo social del Ecuador al producir, demandar y comprar productos o añadir a los mismos un valor agregado generando así riqueza (Yu Lee, 2016).

Por ello las recientes políticas gubernamentales procuran impulsar el sector al favorecer las exportaciones, mediante el cambio de matriz productiva y ser un apoyo en el financiamiento, sin embargo, se es notable que hay desafíos propios de la naturaleza emprendedora de las Pymes (Financiamiento, asistencia técnica, asociatividad, estructura organizacional, etc.) que se necesitan atender para que los objetivos de estas empresas y la sociedad se puedan cumplir.

En virtud de lo expuesto, se puede asumir que el sector Pymes, es sustancial en la economía del Ecuador, sin embargo, atraviesa por un duro momento, pues se ve limitado por la incipiente participación en el mercado internacional, lo que se ha originado de carentes mecanismos de promoción de exportaciones, escaso nivel de instrucción tecnológica, baja calidad de producción, el difícil apoyo financiero y el desconocimiento de estrategias o medidas de apoyo con las que cuenta el sector, ello ha causado que la producción de las Pymes se enfoquen exclusivamente al mercado nacional, saturándolo y evidenciando en muchos casos el estancamiento o cierre de dichos emprendimientos.

1.3. Árbol del problema

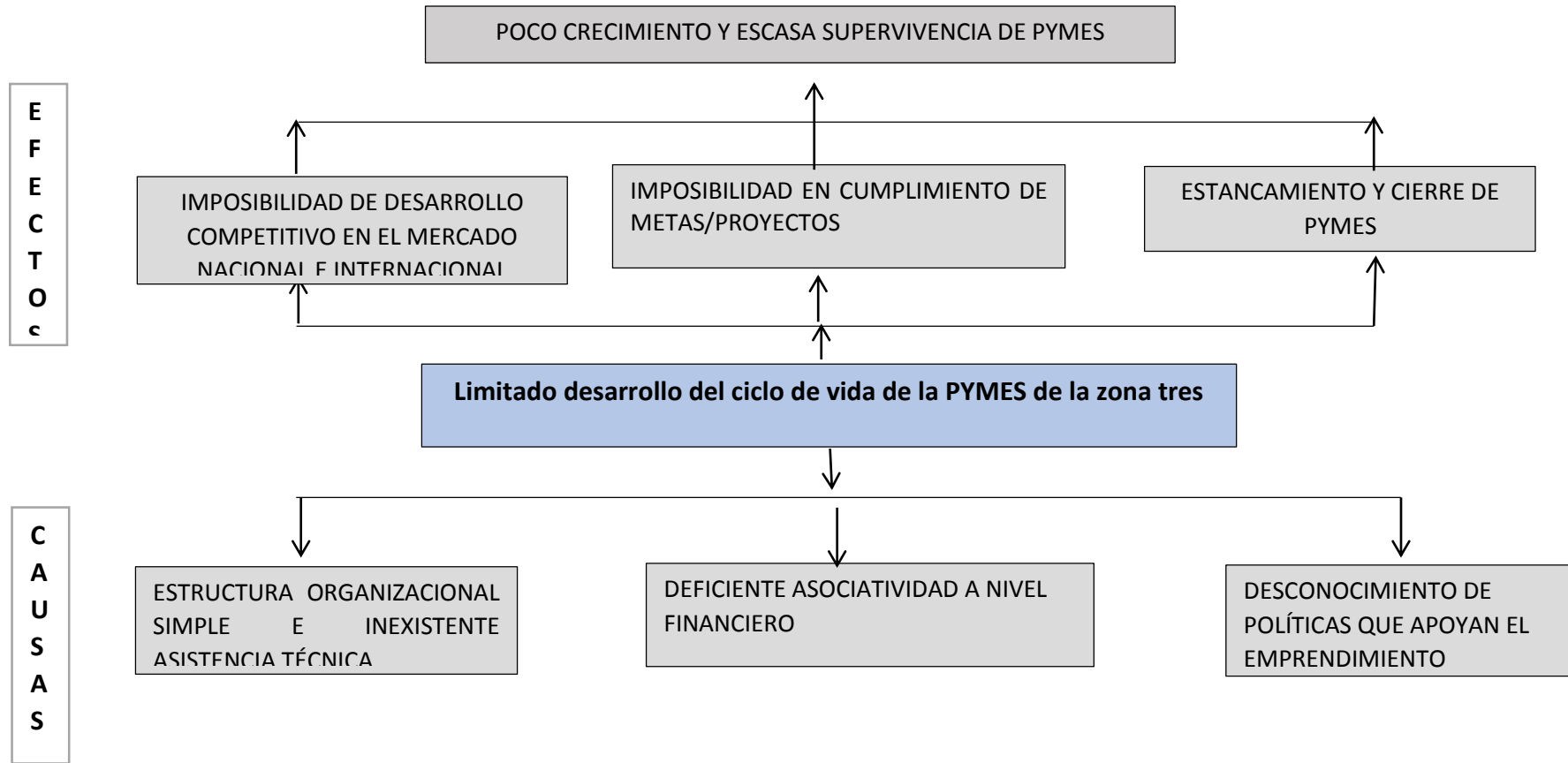


Figura 2 Árbol del problema
Elaborado por: Investigadores

Análisis del árbol de problema

En la zona 3 existe gran cantidad de PYMES, sin embargo, se ha hecho evidente el limitado desarrollo del ciclo de vida de las mismas, causadas por estructuras organizacionales simples con funcionamientos rudimentarios, toma de decisiones centralizadas y la inutilización de asistencia técnica que ha imposibilitado el desarrollo competitivo tanto a nivel nacional como internacional.

Otra situación que se presenta es la deficiente asociatividad financiera, donde las pequeñas y medianas empresas se enfrentan a barreras como la gran cantidad de requerimientos mínimos, altas tasas de interés y tiempos reducidos de pagos que han acarreado consecuencias como el retraso o incumplimiento de metas/proyectos al no poder contar con recursos suficientes para procesos de tecnificación e innovación que abastezcan las exigencias del consumidor.

Por otro lado, es reconocido que las pequeñas y medianas empresas se ven afectadas por el desconocimiento de políticas ecuatorianas que apoyan el emprendimiento como parte del cambio de la matriz productiva, ello ha ocasionado el estancamiento y cierre de un porcentaje considerable de PYMES y ello ha hecho evidente no solo es limitado nivel de crecimiento del sector sino la escasa supervivencia de ciertos emprendimientos de la zona tres.

1.4. Delimitación

Campo: Marketing y Gestión de Negocios

Área: Emprendimiento

Aspecto: Dinámica empresarial

Temporal: Investigación realizada entre los meses de septiembre - febrero 2017

Espacial: La investigación se realiza en la zona 3

Unidad de observación: Emprendedores de la zona 3

1.5. Justificación

La presente investigación es de gran importancia, debido a que ayuda a determinar los aspectos más importantes que influyen en el crecimiento de las PYMES de la zona 3, para de esa manera provocar un impacto positivo sobre el sector, y de forma principal de las pequeñas empresas, beneficiando a todos los sectores productivos de la zona, además de promover el diseño de políticas públicas que impacten positivamente en el crecimiento del número de emprendedores.

El estudio es de gran impacto, puesto que el establecimiento de pequeñas y medianas empresas se ha convertido actualmente en una oportunidad de crear valor y satisfacer las necesidades a través de la innovación, razón por la cual, el desarrollo de una guía de prácticas de gestión apoyadas en marketing digital para las Pymes de la zona 3 con proyección nacional e internacional permiten el crecimiento del sector.

El presente trabajo de investigación busca aportar al conocimiento de la dinámica empresarial, así como el análisis de las políticas públicas ecuatorianas que apoyan a las PYMES, puesto que estas constituyen una herramienta importante para que las empresas alcancen a consolidarse y se ayude a la dinamización de la economía ecuatoriana y de forma principal en las actividades económicas de mayor crecimiento.

El desarrollo de la presente investigación es totalmente factible, debido a que se tiene acceso a las fuentes de información que proporciona la Superintendencia de Compañías del Ecuador y de la página de Servicio de Rentas Internas; además se cuenta con la disposición de los emprendedores de las PYMES para aplicar los instrumentos de investigación, así como los recursos materiales, tecnológicos y, principalmente con el conocimiento adquirido en el transcurso de la carrera para aplicarlos en búsqueda de la consecución de los objetivos planteados.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo General

- Indagar la dinámica empresarial y el emprendimiento como factor determinante en el desarrollo del ciclo de vida de las PYMES de la zona 3.

2.2. Objetivos específicos:

- Identificar los principales tipos de emprendimientos de la zona 3 del Ecuador para determinar los sectores industriales más representativos.
- Analizar las políticas públicas ecuatorianas de financiamiento que apoyan a las PYMES.
- Determinar la situación actual del emprendimiento para evidenciar el crecimiento del sector y su contribución con el desarrollo socioeconómico de la zona 3.
- Desarrollar una guía de prácticas de gestión apoyadas en marketing digital para las Pymes de la zona 3 con proyección nacional e internacional que permitan el crecimiento del sector.

3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (ESTADO DEL ARTE)

3.1 Antecedentes investigativos

Investigaciones internacionales:

Luna (2012) en la investigación “Influencia del capital humano para la competitividad de las PYMES en el sector manufacturero” destaca que a pesar de las PYMES son fuente importante en la economía estas no cuentan con muchos de los recursos necesarios para que se desarrollen de manera plena, es así que resulta impactante conocer que de cada 100 empresas que se crean, 90 no llegan a los dos años, siendo el índice de mortalidad altísimo, pero la cantidad de PYMES se mantiene, ello se explica por la elevada tasa de rotación de las empresas; pues así como desaparecen casi todas las empresas que se crean y mueren en menos de dos años, se crean una gran cantidad de empresas nuevas.

Para Kruja (2013) desarrolló la investigación titulada “The Contribution of SMEs to the Economic Growth (Case of Albania)”, donde concluye que las pequeñas y medianas empresas tiene un lugar importante en el desarrollo económico al ser fuente principal de empleo, innovación y crecimiento de la productividad además se señala que un factor importante de la economía no se basa únicamente en el número de empresas sino en el cambio positivo del entorno empresarial y las capacidades empresariales.

Por su parte, Karadag (2016) en un artículo científico desarrolló el tema “The Role of SMEs and Entrepreneurship on Economic Growth in Emerging Economies within the Post-Crisis Era: an Analysis from Turkey” concluye que las PYMES desempeñan un papel fundamental en el desarrollo económico de las naciones mediante la creación de oportunidades de empleo, exportaciones y promoción de innovación y habilidades empresariales, pero a pesar de su importancia enfrentan grandes desafíos que impiden su crecimiento, ello incluye el limitado acceso a financiación y la baja inclusión tecnológica,

por cuanto es propicio que las autoridades desarrollen normativas para mejorar la contribución de las PYMES en la economía, pues este sector no estaría completo sin el incremento de la capacidad de innovación y de gestión, pero se alude además que en el futuro se espera que la evolución de las PYMES siga una vía menos financiera y más basada en la innovación y creatividad.

Y finalmente, Wang (2016) en su investigación publicada por la revista Science Direct titulada “What are the biggest obstacles to growth of SMEs in developing countries? – An empirical evidence from an enterprise survey” concluye que las PYME son motores del crecimiento económico y de la creación de empleo, además que son instrumentos para mitigar la pobreza y a pesar de su papel trascendental existen factores que obstaculizan su crecimiento como la tasa impositiva, competencia, factores políticos pero sobre todo la financiación considerando que existen imperfecciones del sistema financiero, asimetría entre bancos y PYMES, falta de banca especializada, además de factores como los elevados intereses, complejos procedimientos de solicitud y altas exigencias en cuanto a garantías.

Investigaciones a nivel de Ecuador

En la Universidad de Cuenca, Gutiérrez & Morquecho (2010) en su tesis de pregrado, titulada “NIF para PYMES: Provisiones y contingencias” expresan que las PYMES participan de forma significativa en la economía del país, satisfaciendo las necesidades de la colectividad y creando fuentes de trabajo, estas cuentan con el respaldo del gobierno, mismo que ha creado organismos de apoyo a las pequeñas y medianas empresas, lo que ha permitido la reducción de dificultades de expansión en el mercado y han consentido mayor facilidad para el acceso crediticio.

En la Universidad Politécnica Salesiana, Gualotuña (2011) en su proyecto de titulación de pregrado “Análisis de la situación actual de las PYMES ubicadas en la ciudad de Quito y su apertura a mercados internacionales” refiere que las pymes en Ecuador no tienen una

institucionalidad consolidada, debido a la inexistencia de normativas específicas para el sector que, permitan delimitar las características y condiciones de operación en el ámbito económico y productivo del país, así también que el mercado nacional constituye el principal destino de ventas de las pymes dentro del cual destaca una tendencia a establecer relaciones comerciales con otras instituciones como distribuidores y empresas cercanas, pues estas representan la oportunidad de vender en mayor volumen sus productos evidenciando así una incipiente incursión en el mercado internacional.

3.2.Fundamentación teórica

3.2.1. La dinámica empresarial

La dinámica empresarial es el conjunto de conceptos y herramientas con los cuales se apunta a la viabilidad o a la vulnerabilidad, de esta manera la dinámica empresarial requiere cambios estratégicos, gerenciales y culturales, aptitudinales y actitudinales, racionales y emocionales, individuales y grupales. (Levy, 2015, p3)

De esta manera se sume que, una economía sana es dinámica, con nuevas empresas innovadoras que reemplazan a empresas obsoletas o ineficientes, el dinamismo se traduce en turbulencias con entrada y salida simultánea de empresas, si la cantidad de nuevas empresas innovadoras es insuficiente, el crecimiento a medio y largo plazo será demasiado lento y habrá retraso económico relativo, pero si sucede que la creación de empresas tradicionales es muy alta y por tal motivo a presión competitiva crece desproporcionadamente, el cierre será excesivo y el crecimiento y la supervivencia difícil. (Levy, 2015)

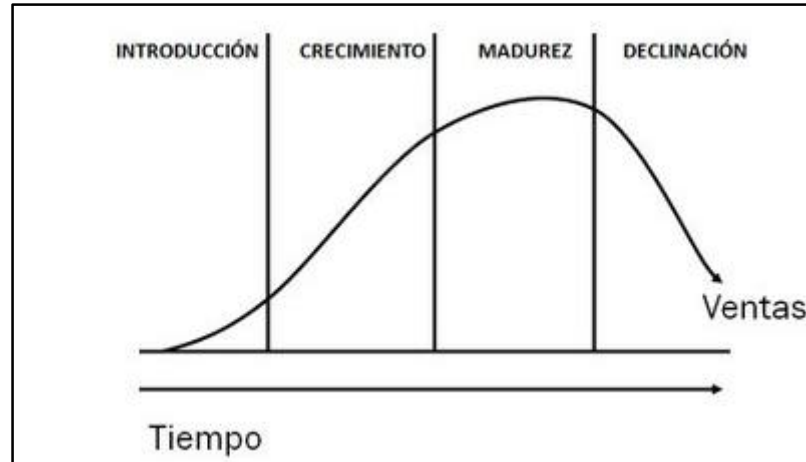


Figura 3 Dinámica empresarial
Fuente: (Scrap, 2016)

La dinámica empresarial es un fenómeno relevante de los mercados industriales, considerando que cada año un número considerable de empresas inician sus actividades y materializan sus estrategias para generar cuota en sus respectivos mercados. La dinámica empresarial es fuente de ganancias estáticas desprendidas de nuevas asignaciones de recursos y de salida del mercado de empresas ineficientes y ganancias dinámicas afines con la presión competitiva que ejercen las nuevas empresas sobre empresas activas, gracias a las economías de selección y aprendizaje de nuevas empresas y a la incorporación de innovaciones (Arellano & Carrasco, 2014).

Así también, Demur, Navas & Sandoval (2015) afirman que este dinamismo depende de las regularidades sobre los procesos de entrada y salida de empresas en los mercados considerando; las tasas de entrada y de salida de empresas son elevadas en todas las industrias (si bien existen notables diferencias en la turbulencia empresarial en función de las características tecnológicas y las barreras a la entrada y la salida de los mercados), la tasa de penetración de las nuevas empresas medida en términos de producción o empleo es moderada (las empresas entrantes alcanzan tamaños inferiores a la dimensión media de las ya establecidas y a largo plazo, su incidencia sobre la estructura del mercado es reducida), las diferencias entre sectores por lo que respecta a las tasas de entrada y salida

de empresas son elevadas, las entradas aumentan durante las fases expansivas del ciclo económico y las salidas aumentan durante las recesiones, los sectores con mayor tasa de entrada también presentan las mayores tasas de salida, los flujos de rotación empresarial están relacionadas con el ciclo de vida de la industria (en fase inicial las entradas superan a las salidas y posteriormente en fase de madurez del producto las salidas superan las entradas) y las industrias que disfrutaron de altas tasas de entrada muestran intensas tasas de innovación y mejoras importantes en sus niveles de eficiencia.

A lo que, Arellano & Carrasco (2014) añaden que, la dinámica empresarial y el crecimiento de la productividad es un tema que ha suscitado gran interés desde hace años atrás, existen diversos modelos que caracterizan los factores que hay detrás de la entrada y salida de empresas (dinamismo empresarial) mismos que difieren en la información con la que cuentan las empresas al momento de tomar decisiones sobre factores productivos, capital trabajo, la innovación, etc. La dinámica empresarial implica ciertos modelos como:

- Modelo de aprendizaje pasivo; donde las empresas desconocen su productividad al ingresar al mercado y si al paso del tiempo se evidencia bajas o cambios en las características estructurales estas salen del mercado.
- Modelo de aprendizaje activo; donde las empresas ingresan al mercado e intervienen de forma activa en la productividad, en dichos casos la inversión resulta incierta, pues si resulta favorable la empresa incrementa su rentabilidad o de otra manera se enfrenta al reto de quedarse o continuar.
- Generación de capitales; donde las nuevas tecnologías son incorporadas en generaciones más recientes de capital, donde la entrada de nuevas empresas tiene un rol fundamental pues no incurren en costos de modernizar o actualizar diversos aspectos.
- Modelo de ciclo de vida; donde la creación de empresas y la innovación dependen del grado de madurez de la industria, por cuanto se infiere que en las industrias nuevas existen altos niveles de creación e innovación los cuales van disminuyendo en la medida que la industria se va desarrollando y consolidando.

Pues, la entrada y salida de empresas es un mecanismo importante para la renovación de los tejidos industriales, donde la magnitud de los flujos de apertura y cierre de establecimientos en los mercados industriales una relación con el crecimiento de la producción. Las expectativas de beneficios incitan la creación de nuevas unidades productivas ya sea por la entrada de industrias de empresa ya establecidas que diversifican líneas de productos, iniciativa de un nuevo empresario, asociación conjunta entre empresas(Arroba, 2016).

De esta manera la dinámica empresarial se refiere al proceso de creación, destrucción y crecimiento de las empresas que afecta al nivel de precios, la producción y el empleo, a más de determinar la eficiencia en la asignación de los recursos productivos entre sectores y empresas. Con ello se puede plantear que una baja tasa de creación de empresas suele ser el reflejo de la existencia de recursos productivos inactivos o inutilización en el proceso productivo y, por otro lado, una tasa de destrucción de empresas excesivamente reducida puede indicar igualmente el empleo ineficiente de recursos en sectores y empresas de bajo potencial de crecimiento. La dinámica empresarial también determina el ajuste de la respuesta ante perturbaciones económicas como el aumento de las oportunidades de negocio y el flujo de creaciones de nuevas empresas (Banco de España, 2015).

3.2.2El Emprendimiento

Lupiáñez, Priede, & López(2014) indican que la palabra emprendimiento proviene del francés “entrepreneur” que quiere decir pionero y se refiere a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta, utilizada para la persona que inicia una nueva empresa o proyecto. Así mismo este término se atribuyó a aquellas personas innovadoras que agrega valor a un producto ya existente, por lo tanto, esta acepción se refiere a la aptitud y actitud de la persona que les ayuda a emprender nuevos proyectos que van más allá y que concede dar un paso más.

Cervantes & Sáenz(2016) menciona que la actividad emprendedora es la gestión del cambio o renovación estratégica, dejando de lado lo que ocurre dentro o fuera de organizaciones existentes y sin importar si esta renovación da lugar o no al origende una nueva entidad de negocio, esta actividad se ha desprendido de la problemática de desempleo y exclusión.

A ello, Nwokike (2017) añade que el espirito emprendedor es la idea básica para comenzar un negocio y con esto obtener ganancias a base de oportunidades, los emprendimientos ayudan a estabilizar la economía de una nación al generar ganancias pero además contribuye con su desarrollo al desprender innovaciones importantes dentro del mercado que conduce a nuevos productos/servicios y mejores procesos de producción que incremntan la eficiencia del país respecto a la competencia internacional. Además los emprendedores crean trabajo, brindan servicios y productos en el país, pagan impuestos y por tanto, crean riqueza para sí mismos y sus naciones.

Etapas del emprendimiento

Cualquier tipo de emprendimiento tiene 5 fases: motivación para el negocio, creatividad e identificación de oportunidades de negocios, planificación, financiamiento y apoyo cuando la empresa empieza a funcionar, pero se asevera que la mayor parte de esfuerzos se quedan en la primera etapa, donde abundan recursos, seminarios y charlas de motivación y posteriormente se descuida el resto de fases, sobretodo por las dificultades que se presentan el el proceso de financiación que impide cerrar el ciclo del emprendimiento y conllevan a que las mismas sucumban al poco tiempo(El Telégrafo, 2013)



Figura 4 Fases del emprendimiento

Fuente:(El Telégrafo, 2013)

Tipos de emprendimientos

Díaz & Canciano (2014) menciona que, de acuerdo con el orden de prioridades de necesidades, se puede identificar distintos tipos de emprendedores, considerando la personalidad, la motivación y tipo de empresa que desarrolla, de este modo los emprendimientos se clasifican de la siguiente manera:

Por el tipo de personalidad:

- **Emprendedor administrativo:** quien hace uso de la investigación y el desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas
- **Emprendedor oportunista:** busca constantemente oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que se le presentan
- **Emprendedor adquisitivo:** emprendedor en continua innovación que permite el crecimiento o la mejora en lo que hace
- **Emprendedor incubador:** en el afán de crecimiento crea unidades independientes que eventualmente se convierten en nuevos negocios
- **Emprendedor imitador:** genera innovación de elementos existentes

Por la razón del emprendimiento:

- **Por aprovechar una oportunidad:** emprendedor que se refiere a aquellos que encontraron una necesidad insatisfecha o nicho de mercado, por lo que los emprendimientos se desarrollan por el gusto de verla hecha realidad.
- **Por necesidad:** cuando el emprendedor se encuentra en una situación desfavorable, generalmente en situación de desempleo o por decisión de independencia, por tanto, este emprendimiento es una forma de generar ingresos económicos.

Por el tipo de empresa que desarrolla:

- **Emprendedor modelo:** quien busca destacar en cierta área y ser ejemplo.
- **Emprendedor interno:** si el individuo emprende dentro de una empresa que no es la suya
- **Emprendedor externo:** emprende en su propio negocio con fines de lucro, puede comenzar desde cero, adquirir una empresa ya existente o comprar una franquicia, fabricar productos, ofrecer servicios, etc.

Importancia del emprendimiento

Para Giménez (2014) emprender se traduce en tener iniciativa, proponer un objetivo y trabajar consecuentemente empleando una serie de habilidades, así como los recursos disponibles hasta su cumplimiento, para emprender con éxito cualquier proyecto resultan necesarias algunas competencias y características en la persona que impulsa las acciones como; visión, persistencia, la toma de riesgos, identificación de oportunidades, redes de apoyo, cumplimiento, calidad, confianza y entre otros factores. El emprendimiento tiene gran importancia en el adelanto de las naciones, pues estos son promotores de progreso, agentes de cambio social que de una u otra manera contribuyen con el desarrollo, al

favorecer el aumento y diversificación de la producción nacional, con la creación de empleos y con la soberanía nacional (reducen importaciones).

Narin (2016) destaca que el emprendimiento tiene vital importancia en la economía de un país al establecer oportunidades comerciales mediante la creación de demanda y suministro, la generación de fuentes de trabajo, se convierte en enlace contribuyente en la cadena de valor agregado en productos, genera ingresos públicos mediante los impuestos directos e indirectos, favorece el desarrollo de la comunidad e infraestructura mejorando el valor habitable de un sector y apoya al PIB.

De manera similar, Seth (2015) expresa que los emprendedores desempeñan un papel importante no sólo para su entorno inmediato sino también para la economía en su conjunto, considerando los siguientes aspectos:

Tabla 1 Contribución del emprendimiento en la economía local

Importancia del emprendimiento en la economía
<ul style="list-style-type: none">• Crea empleos: este punto es uno de los más importantes dentro de la economía, donde la responsabilidad del gobierno no es proporcionar fuentes de empleo sino crear ambientes favorables para los emprendedores y con ello combatir el desempleo.• Contribuye al PIB de un país: al establecer empresas y crear empleos, los emprendedores contribuyen al producto interno bruto y esto mejora el nivel de vida de sus habitantes.• Contribuye al presupuesto del país: al pagar impuestos los emprendedores asisten a los presupuestos de sus respectivos países y este dinero es utilizado para promover el desarrollo.• Hace uso de recursos locales: los emprendedores generalmente emplean recursos locales y los ponen en uso, lo que mejora el nivel de vida de ciertos sectores.

- Mejora normas de vida en la sociedad: al crear fuentes de empleo y hacer uso de recursos locales se brinda a otras personas la oportunidad de mejorar su calidad de vida.
- Ayuda a mejorar infraestructura: es un hecho que donde quiera que los emprendimientos establezcan sus negocios, el entorno reciba beneficios como servicios básicos, vías de acceso, mejora del sector comercial.
- Difundir el espíritu emprendedor: los emprendedores exitosos pueden motivar a otros a aplicar su ingenio y crear negocios propios propios.
- Reduce importaciones: al fabricar productos que los consumidores querrán comprar se limita la importación generando divisas dentro del país.
- Contribuye a la formación de capital: al establecerse negocios, los empresarios pueden obtener ganancias que posteriormente invierten en otros negocios afines, complementarios o diferentes a sus negocios iniciales.
- Amplía la base de elección de los clientes para productos: los emprendedores dedican su tiempo, esfuerzo y recursos a crear una amplia gama de productos para elegir.
- Reduce la migración rural-urbana: los emprendedores al establecer negocios en áreas rurales hacen posible que sus residentes encuentren una fuente de ingresos sin tener que salir de sus localidades.
- Ayuda a desarrollar tecnología: ahora más que nunca los emprendedores están integrados a la tecnología para el desarrollo de sus negocios y esto ha llevado a un aumento en la innovación tecnológica para poder enfrentar la demanda nacional e internacional.

Fuente: (Seth, 2015)

En tal virtud De los Reyes (2015) expresa que en la actualidad el emprendimiento presenta especial importancia debido a los constantes problemas económicos que enfrentan las sociedades. Los seres humanos buscan independencia y estabilidad económica mediante proyectos propios, basados de un cambio de mentalidad que busca pasar de empleado a

empleador llevando a cabo ideas de negocio competitivas en el mercado. De esta manera se puede evidenciar tres motivaciones esenciales en el comportamiento empresarial:

Necesidad de logro: deseo expresado espontáneamente para llevar a cabo alguna labor de la mejor manera posible, para su propia causa más que para lograr poder, reconocimiento o recompensa monetaria.

Necesidad de afiliación: habilidad necesaria para trabajos de supervisión, donde resulta imprescindible mantener buenas relaciones que tomar decisiones.

Necesidad de Poder: la capacidad de control de un individuo sobre otros y la manera de utilizarla para formular leyes y crear industrias.

Formas de emprender

Emprender tiene múltiples acepciones, de acuerdo con el contexto en que se le emplee será la connotación que se adjudique, pero de manera general el emprendimiento se refiere a la creación de una empresa que resulta de la combinación de dos factores: una persona o un equipo de personas y una idea de negocio, de allí que existen diferentes formas de emprendimiento, a criterio de Steinwascher (2012) son tres:

La primera forma de emprendimiento es el desarrollo de nuevos mercados: mismo que consiste en la expansión de un negocio a nivel geográfico o a su vez en la promoción de nuevos usos para los productos y/o servicios, es decir que esta forma de emprender se basa en el desarrollo de un nuevo canal de distribución o a su vez una nueva instalación productiva, para ello se requiere añadir nuevas virtudes a la oferta comercial con lo que se logra aumentar las ventas dentro de las plazas geográficas atendidas.

La segunda forma de emprendimiento es la integración vertical de actividades de los proveedores o distribuidores de la empresa: donde los emprendimientos requieren que los emprendedores analicen el portafolio de insumos y servicios adquiridos y el nivel de dependencia que la empresa tenga con respecto a éstos, donde se procurará que se inicie

con la comercialización de productos o servicios que generan mayor riesgo para la actividad productiva.

La tercera forma es el desarrollo de nuevos productos o servicios los que pueden estar relacionados o no con el negocio, esto se conoce como diversificación empresarial, misma que puede ser una diversificación relacionada (que mantiene el vínculo respecto a la actividad) o diversificación no relacionada (cuando no existe vínculo en la actividad, pero se comparte recursos comunes).

Factores clave del emprendimiento

Los emprendimientos ejercen gran influencia sobre el desarrollo económico del país, al implicar la creación de nuevos negocios los que a su vez desprenderán mayor riqueza y puestos de trabajo. Pero es de considerar que existen varios factores claves en el emprendimiento y a criterio de Torroba (2014) son:

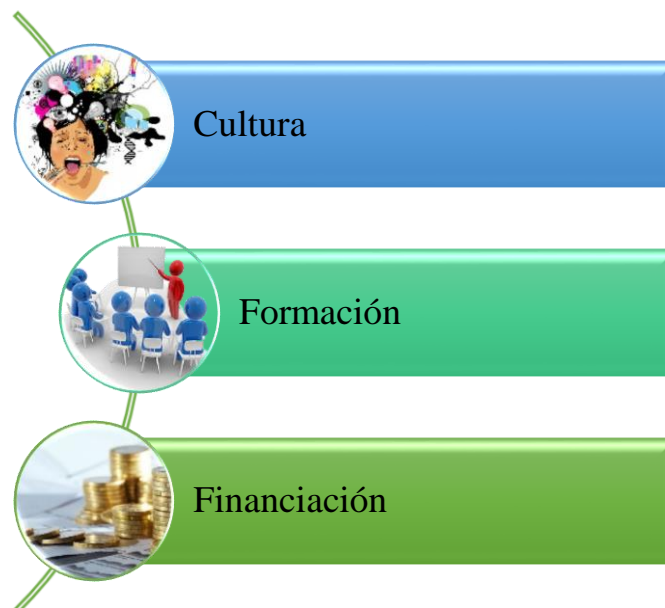


Figura 5 Factores clave del emprendimiento
Fuente: (El Telégrafo, 2013)

Cultura: el emprendimiento y la cultura de una localidad guardan relación estrecha debido a que esta se refiere a un conjunto de valores y creencias compartidas que motivan a la sociedad a comportarse de cierta manera y ello puede poner de evidencia diferencias sustanciales como: distancia al poder (percepción de los individuos de una sociedad en cuanto a desigualdad en la distribución de poder), individualismo (tendencia a actuar de manera autónoma), masculinidad (dimensión que representa las diferencias entre sociedades cuyos valores están cercanos a masculinos y femeninos; masculinos respecto a la recompensa material y femenina que procura la calidad de vida), evasión de la incertidumbre (capacidad para asumir riesgos), orientación a largo plazo. En conclusión, se piensa que una sociedad individualista, masculina con una gran distancia al poder y que no evade la incertidumbre, sino que promueve la toma de riesgos, constituye un ambiente favorable para el emprendimiento.

Formación: la formación es esencial para poder entender los mercados, el funcionamiento de las organizaciones que operan en estos y los cambios en la sociedad, dentro de esto se debe considerar en primer lugar que, los productos y servicios ofrecidos actualmente contienen información técnica, difícil de comprender y es el emprendimiento el mecanismo que hace posible que los productos y servicios que contienen esta información se sigan desarrollando y en segundo lugar el emprendimiento es el mecanismo gracias al cual se puede descubrir y mitigar las ineficiencias temporales de la economía.

Es decir que la formación incide en aspectos como: el proporcionar de capacidades requeridas para crear y hacer crecer una empresa, incrementa las habilidades cognitivas de los individuos para gestionar la complejidad respecto a oportunidades, así como la creación y crecimiento de nuevas organizaciones que finalmente tiene efectos culturales sobre las actitudes y comportamientos de las personas.

Financiación: dicho aspecto es uno de los más importantes, considerando que para llevar a cabo nuevos productos es necesario tener capital, por ello se asume que aquellos emprendimientos que no cuentan con el capital suficiente, fracasan incluso antes de comenzar pues la dificultad de conseguir el capital inicial es una variable que afecta de modo directo y negativo a la puesta en marcha de cualquier empresa, es decir que la

financiación es un medidos de éxito de una empresa tomando en cuenta que el éxito reside en el capital que es capaz de conseguir. Debido a esta limitante y las implicaciones de los emprendimientos en la economía, son muchos los organismos que intentan potenciar la proliferación del emprendimiento, por cuanto, se llevan a cabo acciones como otorgar ayudas económicas a emprendedores o brindarles protección legal, facilitación de financiamiento como los préstamos bancarios, ángeles inversores “business angels”, fondos de capital-riesgo “venture capital”, bootsdtraping, entre otros.

Para Nayab (2012-2016) los factores que infieren en el emprendimiento de manera directa están relacionados con la cultura y el entorno político; la cultura que se refiere a las prácticas y creencias que tiene impacto significativo en los valores básicos, percepciones y preferencias además de los comportamientos de las personas, considerando que el consumismo, la crianza basada en la búsqueda de trabajos seguros, el ahorro excesivo o la falta de persistencia aplastan el espíritu empresarial a temprana edad y por otro lado la política que puede bien apoyar o suprimir el espíritu empresarial considerando que las condiciones políticas inestables, el apoyo gubernamental al desarrollo económico, los elevados impuestos, la disponibilidad de infraestructura, servicios públicos, corrupción, demoras burocráticas pueden alentar o impedir la generación o crecimiento de un emprendimiento.

A pesar de los factores expuestos, Griffee (2015) afirma que existen cinco factores claves para el éxito en el emprendimiento que son la creatividad, la tolerancia la riesgo y la capacidad de aprovechar una oportunidad, sensibilidad (capacidad de responder al mercado y a las nuevas oportunidades comerciales, flexibilidad de mente y recursos), liderazgo para tomar posibilidades y convertirlas en visiones inspiradoras, y finalmente derechos/leyes de propiedad intelectual pueden brindar derechos comerciales exclusivos:



Figura 6 Factores claves para el emprendimiento

Fuente:Griffee (2015)

El Plan nacional de buen vivir respecto al emprendimiento y desarrollo productivo

La Constitución de 2008 aprobada en referéndum establece una original concepción sobre la planificación nacional, al instaurar una nueva relación entre la política, la garantía de derechos y los objetivos de desarrollo, es así que el tercer eje de la estructura del Plan para el Buen Vivir es la” transformación del sistema económico para que efectivamente se convierta en un sistema social y solidario en el que converjan la economía pública y la economía popular y solidaria persiguiendo el cambio de la matriz productiva”(Plan Nacional de Buen Vivir, 2013-2017, p.84) que contempla los siguientes objetivos:

Objetivo 8: consolidar el sistema económico social y solidario de forma sostenible

Objetivo 9: Garantizar el trabajo digno en todas sus formas

Objetivo 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva

Objetivo 11: Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica

Objetivo 12: Garantizar la soberanía y la paz, además de profundizar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana

Respecto a la Matriz productiva y sectores estratégicos planteados en el Plan del Buen vivir, se menciona que en la matriz productiva se asienta la esencia de la realidad económica y social de los países, pues

Para el Ecuador, su transformación se vuelve a acción primordial que permitirá resolver el desempleo, la pobreza e inequidad. En 2012 el 44% de la producción nacional se compuso de bienes primarios, industriales y servicios de reducido valor agregado, mientras el otro 56% estuvo compuesto por servicios de alto valor agregado.(Plan Nacional de Buen Vivir, 2013-2017, p.73)

De esta manera el cambio de la matriz productiva debe impulsar a los sectores estratégicos mediante la diversificación productiva basada en la incorporación de valor agregado, impulso en productos y destinos, en la inclusión de actores, en la desconcentración de la producción y la mejora continua de la productividad y competitividad en forma transversal de los sectores de la economía. Los esfuerzos para el cambio de dicha matriz se enfocan en la potenciación de las capacidades productivas existentes, producto de ello, los sectores industriales han incrementado su participación y se avanza hacia la diversificación de productos para el mercado interno y de las exportaciones.

SENPLADES (2009-2013), menciona que dentro del enfoque del Buen vivir están los criterios de la Planificación y priorización de la inversión pública respecto a la acumulación de capital en sectores productivos generadores de valor que se enfoca hacia la reducción estructural de costos, aumento de la rentabilidad y fortalecimiento de la productividad sistémica del país para ello se fomenta a las industrias nacientes a que apunten a satisfacer las necesidades básicas: industria alimenticia, industria textil y de

calzado, industria de la construcción, farmacéutica de genéricos, metalmecánica y servicios turísticos.

Por lo tanto, se puede asumir que el Plan Nacional para el buen vivir pretende mejorar las condiciones de vida del país y uno de los pilares fundamentales es el cambio de la matriz productiva con la que se apoya a los emprendimientos ya sean nuevos o a su vez que requieran de innovación para su crecimiento de manera que se combata el desempleo, la pobreza y desigualdad social.

Apoyo al emprendimiento por la CFN

La corporación Financiera Nacional (CFN,2017) de manera permanente se interesa en el desarrollo socioeconómico del Ecuador, por cuanto tiene el objetivo de desarrollar instrumentos financieros que permitan destinar fondos de la banca pública para ideas de negocio con altos componentes de innovación o brindar apoyo a negocios que históricamente han demostrado ser rentables.

Respecto al emprendimiento la CFN ha planteado el programa de apoyo productivo y financiero que consiste en el financiamiento de pasivos con el sistema financiero público y privado, manteniéndose la operación (Activo fijo o capital de trabajo), dicho programa está dirigido al sector: PYME, Productivo empresarial y productivo corporativo con un monto de financiamiento de USD. 50,000, respecto al porcentaje de financiamiento respecto al valor total del proyecto es de hasta el 70% para proyectos nuevos y hasta el 100% para proyectos en marcha, para ello se establece hasta dos años de gracia o de acuerdo al flujo del proyecto.

Además, la CFN canaliza recursos para identificar iniciativas productivas con potencial social y económico a quienes a más de la ayuda en cuanto a financiamiento se les orienta y capacita a nivel empresarial para potenciar su idea. Entre los principales créditos de la

CFN respecto al emprendimiento están el crédito de fomento productivo, crédito de capital de trabajo, crédito automotriz, crédito de desarrollo del turismo, crédito directo para el desarrollo, créditos fondos de garantía, crédito forestal y el crédito multisectorial.

3.2.3 PYMES

Origen de las PYMES en Ecuador

Villacreses (2013), afirma que el surgimiento de las PYMES en el escenario socioeconómico del Ecuador se remonta en los años 50 y 60 con la ayuda de la revolución industrial en el desarrollo de los procesos de tejido, madera, imprenta, minas y alimentos. Sin embargo resulta importante considerar el desarrollo de las PYMES desde los inicios del Ecuador como república, en el que se contemplan tres períodos: agroexportador, industrialización sustitutiva de importaciones y período neoliberal y dolarización. Respecto al período agroexportador el cacao constituye el principal producto de exportación cultivado en la, durante este periodo se observan sectores de poder bien definidos tanto en Costa como en Sierra, pues la región costera tomaba control sobre las exportaciones y la Sierra que producía para el consumo interno, ello puso en evidencia a grandes monopolios y las políticas no impulsaban el desarrollo para toda la población, fue hasta inicios de 1950 cuando la economía se dinamiza con el sector bananero que permitió el desarrollo industrial del país.

Se asume además que, en el período de industrialización sustitutiva de importaciones; la economía se encontraba regida por el auge bananero pues ello generó divisas para financiar un modelo de industrialización en el que se pretendía eliminar las importaciones de bienes de consumo e intermedios además de erradicar el modelo agroexportador de productos primarios, durante esta etapa se vivió un periodo de prosperidad estabilidad y desarrollo económico se empezó a incrementar la industria, por cuanto se modernizaron las ciudades, se amplió la cobertura de servicios públicos y se mejoró el nivel de vida de

la población, por lo que a partir de 1950 se establecieron las primeras PYMES que tuvieron una estructura cerrada, de origen familiar dedicadas a actividades textiles y confecciones, cuero y calzado, papel e imprenta y minerales no metálicos. Fue en 1972 cuando el petróleo se constituyó como el principal producto de exportación, pero como producto primario, la época de prosperidad se ve irrumpido en 1982 cuando se deben afrontar diversos inconvenientes como el no poder cumplir con la deuda externa lo que desprendió un saldo negativo en la balanza y originando recesión económica.

En el periodo neoliberal y dolarización; etapa que se da a partir de los 80 con la desaceleración productiva donde se hace necesario un cambio en la política económica que incluyó cambios como: el mercado como encargado de fijar las tasas de interés y cambio, la oferta y demanda determinan los precios, creación de incentivos de inversión extranjera, disminución del gasto público, incremento salarial y entre otros, pero ello no resultó suficiente para enfrentar la crisis y por el contrario se hizo evidente la mala situación económica y la crisis financiera.

De esta manera, se hace necesario actualmente plantear una nueva política económica para afrontar la crisis y el proceso de globalización generando un escenario de cambios estructurales lo que ha implicado liberar el comercio, proteger la propiedad intelectual, reducir el riesgo del sistema financiero, adelantar inversiones financieras, proteger los recursos naturales y derechos laborales para generar una competencia donde las personas se comprometan a esforzarse y asumir negociaciones, este proceso de transformación se da a través del cambio de la matriz productiva.

Por cuanto se alude a que estos hechos llevaron a que las empresas se preocuparan por su supervivencia y estabilidad interna, buscando obtener niveles elevados de productividad e ingresos, este sería el inicio de una segunda etapa en la historia de las PYMES, donde estas deben enfrentar retos como: competencia, mercados exigentes, procesos de innovación tecnológica, mejora de la calidad para alcanzar competitividad en el mercado.

Conceptualización de PYMES en Ecuador

De acuerdo con el Servicio de Rentas Internas (2017) se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que, tomando en cuenta su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos las siguientes:

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales

Respecto al tamaño, las empresas tienen las siguientes categorías:

- Microempresa: es aquella que emplea hasta 10 trabajadores, su capital fijo puede ir hasta 20 mil dólares e ingresos brutos anuales hasta 100,000
- Pequeña empresa: emplea hasta 50 trabajadores, sus activos fijos hasta 500 mil dólares, es una unidad que posee un ingreso bruto anual hasta 1 millón de dólares.
- Mediana empresa: emplea a un número de trabajadores entre 51 y 159, es una unidad que posee un ingreso anual desde \$ 1,000,001 hasta \$5,000,000.
- Gran empresa: emplea de 160 personas en adelante, activos fijos son de 4'000.001 en adelante y sus ventas anuales de 5'000.001 en adelante.

Es así como, de acuerdo con lo estipulado por el Ministerio de Industria y Productividad, la estratificación de las organizaciones se plantea de la siguiente forma para la diferenciación de las empresas ecuatorianas:

Tabla 2 Estratificación de empresas

Criterios de estratificación	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa	Gran empresa
ACTIVOS	Hasta 100.00	De 100.001 a 750.000	De 750.001 hasta 4'000.000	De 4'000.001 en adelante
VENTAS ANUALES	Hasta 100.00	100,001 a 1'000.000	1'001.000-5'000.000	De 5'000.001 en adelante
PERSONAL	1-10	10-50	51-159	160 en adelante

Fuente:(Boni, Cueva, & Lucín, 2013)

Por su parte la revista Ekos (2012) reconoce a las Pymes como empresas que facturan de USD 100 000 hasta USD 5 millones y en base a esta facturación se divide a los segmentos de pequeña y mediana empresa de la siguiente manera:

- Pequeñas empresas: ingresos operacionales de entre USD 100 000 y USD 999 999
- Medianas empresas: ingresos operacionales de entre USD 1 000 000 a USD 5 000 000

Desde el punto de vista estratégico, las razones que justifican el desarrollo de políticas para las Pymes son: contribuyen al crecimiento del empleo en tasas mayores que las grandes corporaciones y bien pueden representar una importante porción del empleo total, pueden ser una herramienta interesante para reestructurar las empresas, aportan mayor flexibilidad en la producción de bienes y servicios a la economía en términos agregados, mejoran la competitividad en el mercado en el mercado y moderan las posiciones monopólicas de las grandes corporaciones, pueden actuar como un semillero para la actividad emprendedora y la innovación, juegan un papel importante en la provisión de servicios para la comunidad y pueden realizar una importante contribución a los programas de desarrollo regional.

Tabla 3 Beneficios y obstáculos de las Pymes

PYMES	
Beneficios	Obstáculos
<ul style="list-style-type: none"> • Estímulo a la actividad privada • El desarrollo de habilidades emprendedoras • La flexibilidad que permite adaptarse a cambios en la demanda y oferta • Fuente importante en la generación de empleo • Contribuyen con la diversificación de la actividad económica • Aportan al comercio y exportaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de legislación • Falta de promoción e infraestructura suficiente • Falta de crédito y medios de financiación • Falta de instrumentos de capacitación a medida de las necesidades

Fuente: (Orlandi, 2015)

Teniendo en cuenta las limitaciones que enfrentan las PYMES, la Organización Internacional del Trabajo (2015) señala que es evidente la necesidad de reformular políticas económicas y sociales para focalizar aspectos de infraestructura, protección social, evaluación y regulación, por cuanto el apoyo al crecimiento de las PYMES debe estar dado por el acceso a financiación y capacitación empresarial; aspectos que evidencian la creación de un entorno propicio, beneficioso para el empleo y el crecimiento económico, pues un entorno favorable y la existencia de condiciones equitativas son importantes para el desarrollo de las PYME, posteriormente por la formalización de las PYME como un medio para la ruptura del círculo vicioso de baja productividad y condiciones de vida precarias, donde las intervenciones no deben limitarse a reducir el costo de la formalización para las empresas sino además deben permitir un aumento de los beneficios que entraña la formalidad, así también como mejorar las condiciones de trabajo y la productividad de las PYME, el desarrollo de la cadena valor y las nuevas tendencias políticas.

Situación actual de las PYMES en Ecuador

El Ministerio de Industrias y Productividad (2012) destaca que en el Ecuador se suma alrededor de 472,150 unidades productivas que generan el 80% del empleo de todo el sector productivo del país, es así como actualmente este sector cubre el 95% del tejido productivo y representa una importante evolución en sus niveles facturación, participación de compras públicas, formalización y asociatividad.

De acuerdo al INEC (2015) la pequeña empresa registra 63.480 establecimientos registrados de manera oficial, es decir un 7,51% y respecto a la mediana empresa de tipo "A" 7.909 (0,94%) y tipo "B" 5.357 (0,63%), por cuanto la PYME actualmente representa el 9,8% de las empresas a nivel nacional.

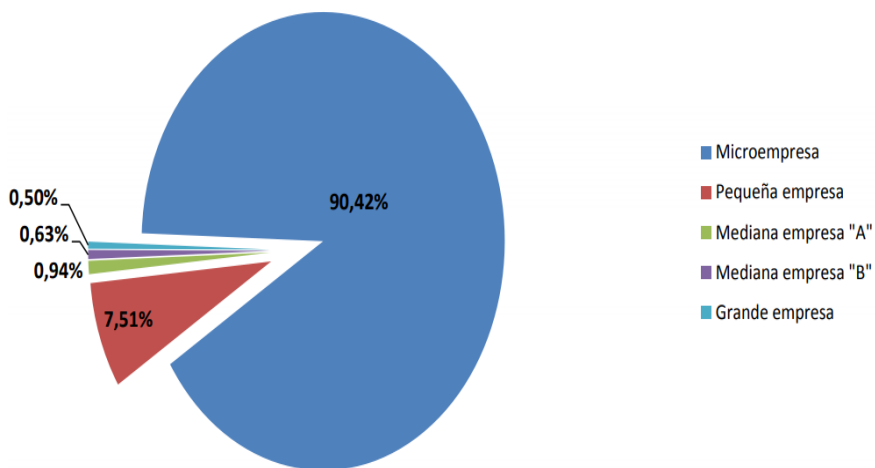


Figura 7 Representación de PYMES en Ecuador
Fuente: INEC 2015

Respecto a la actividad de dichas empresas se obtiene que el principal sector económico son los servicios con el 39,10%, el 37,77% por actividades de comercio, 10,62 por actividades de agricultura, ganadería, selvicultura y pesca y en menor porcentaje industria manufacturera, construcción y explotación de minas.

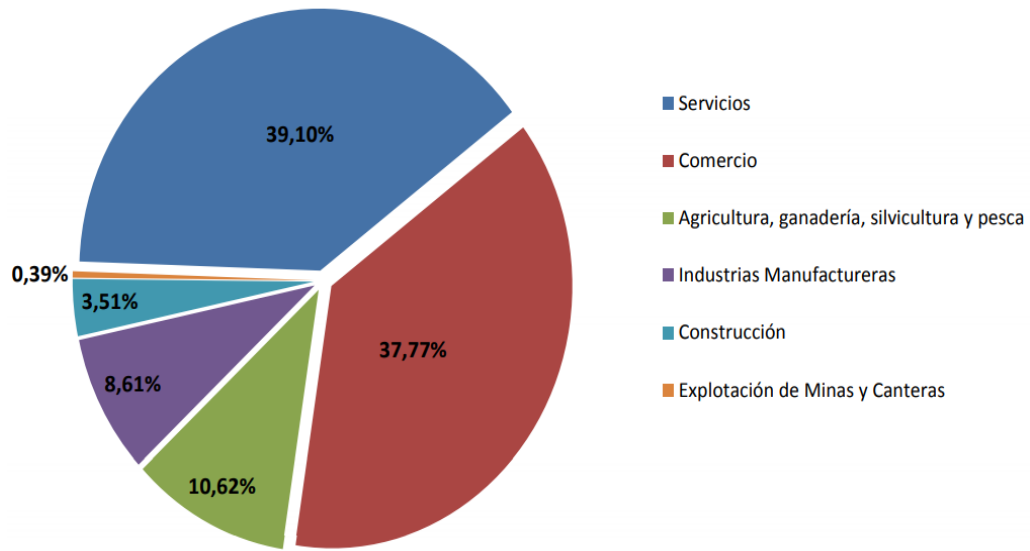


Figura 8 Sectores económicos

Fuente: INEC 2015

Zuñiga, Espinoza, Campos, Tapia, & Muñoz (2016) menciona que actualmente las PYMES ecuatorianas tienen una importante participación en el mercado global como efecto de las medidas adoptadas por el gobierno nacional para el desarrollo de una mejor calidad de vida de todos los habitantes. El proceso de globalización ha tenido un efecto comercial positivo respecto al volumen de comercio exterior, flujo de capitales privados, participación en inversiones a nivel mundial y la participación en la economía interna formal, de esta forma las PYMES representan el 4,3 de todas las empresas que generan empleo y ventas del 15,9%, pero a nivel de exportaciones es evidente el decrecimiento de dos puntos en relación a años anteriores como medidas de protección a la industria nacional.

Las PYMES en Ecuador se relaciona comercialmente debido a que se pueden aprovechar acuerdos multilaterales como:

- Miembro de la OMC (Organización Mundial del comercio)(Zuñiga, Espinoza, Campos, Tapia, & Muñoz, 2016)
- Uniones aduaneras (Comunidad Andina)

- Acuerdos de alcance parcial MERCOSUR
- Políticas comerciales de antidumping
- Derechos de propiedad Intelectual

El apoyo del estado se evidencia además en la contribución con organismos como:

- MICIP (Ministerio de Industrias y Competitividad)
- Subsecretaría de la Micro, pequeña y mediana Industrias y Artesanía
- Corporación Financiera Nacional

Dichos acuerdos permiten el desarrollo y competitividad de las PYMES en temáticas de negocios, capacitación de recurso humano, asistencia técnica, asociatividad empresarial, promoción de exportaciones, compras públicas, comercialización interna, entre otras.

Emprendimiento en la Zona 3

En la zona 3, la producción se caracteriza básicamente a dos ejes. El primero se relaciona con la producción agropecuaria, en la cual sobresale la agricultura familiar campesina, desplazando casi por completo a zonas con menores posibilidades agroclimáticas. Existen zonas dedicadas a la producción empresarial de alimentos para la exportación, ubicada por lo general en el fondo de los valles interandinos, donde las condiciones agroclimáticas favorecen completamente a los niveles de producción y productividad (Senplades, 2015).

De igual forma la producción pecuaria está definida por estos ejes, es decir que por un lado se encuentra sustentada por la producción de leche y carne bovina en mínimos niveles para el consumo local, mientras que en el fondo del valle interandino se localizan haciendas dedicadas a la producción ganadera de leche y carne para la industria.

Además en la zona 3 se diferencia claramente la producción manufacturera, donde existen empresas pequeñas, medianas y grandes, debiendo considerar que dentro de estas se encuentran aquellas dedicadas a la producción automotriz, metalmecánica, textil, cuero,

calzado, entre otras. Este sector está caracterizado por el uso de cierto nivel de tecnología y especialización en la elaboración de varios productos, que en su mayor parte son utilizados para en consumo nacional y un pequeño porcentaje, tiene oportunidad de exportarlo a mercados que se tornan cada vez más exigentes y crecientes a nivel mundial. Esta producción se localiza generalmente en Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo(Senplades, 2015).

Otra actividad comercial que se distingue es el turismo, razón por la cual es importante fortalecer esta actividad a partir de elementos naturales y culturales tangibles e intangibles para fortalecer la economía tanto urbana como rural.

A continuación se presenta la tabla con las principales actividades económicas en la zona 3

Tabla 4 Actividades económicas de la zona 3

Orden	Actividad económica
1	Construcción
2	Transporte, información y comunicaciones
3	Comercio
4	Manufacturas
5	Suministro de electricidad y agua
6	Actividades profesionales e inmobiliaria
7	Agricultura, ganadería silvicultura y pesca
8	Enseñanza
9	Administración pública
10	Salud
11	Actividades financieras
12	Actividades de alojamiento y de comidas
13	Otros servicios

Fuente: (Senplades, 2015)

Debido a que la actividad manufacturara es la principal fuente económica de la zona 3, a continuación se muestra una tabla con el número de empresas que existen en cada provincia perteneciente a esta zona.

Tabla 5 Tamaño y número de empresas manufactureras de la zona 3

Provincia	Sectores económicos	Tipo de unidad legal		Tamaño de la empresa			
		Persona natural	Persona jurídica	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa	Grande empresa
Cotopaxi	Industrias Manufactureras	1 463	39	1 397	84	16	5
Chimborazo	Industrias Manufactureras	1 736	42	1 658	99	16	5
Tungurahua	Industrias Manufactureras	3 480	150	3 194	357	61	18
Pastaza	Industrias Manufactureras	329	6	322	12	1	0

Fuente: (Senplades, 2015)

Ciclo de vida de las PYMES

A pesar de la contribución legislativa de cada nación, las PYMES enfrentan grandes inconvenientes para su crecimiento o permanencia en el mercado ello se desprende del entorno económico, político y social, problemas de competitividad, insuficiencia en sistemas y herramientas de información, control y seguimiento además del desconocimiento en gestión y planificación del ciclo de vida de las PYMES, por cuanto resulta importante conocer este aspecto.

Torroba (2014) refiere que las empresas al igual que los seres vivos tienen un ciclo de vida y esto pone en evidencia la etapa financiera u operativa de una organización para poder realizar acciones que eleven la rentabilidad y sostenibilidad en el tiempo, por cuanto plantea cuatro fases en el ciclo de vida de las PYMES:

Etapa de semilla: etapa en la que el emprendedor acuña la idea e ilusión y empieza a realizar acciones con las que pueda materializarse el deseo de una empresa con el desarrollo de un producto/s viables. El equipo emprendedor constituido generalmente por una, dos o más personas, comienzan a dar forma a la idea inicial intentando proyectar una estrategia dentro de un plan de negocios, en esta etapa la financiación no requiere de

grandes cantidades, por lo que esto es asumido por la misma persona y puede incluir a familia, amigos o los denominados “Business angels”.

Etapa de Desarrollo: etapa en la que ya se ha lanzado un producto al mercado y se tiene una masa crítica de clientes, por lo que la empresa muestra crecimiento, se obtienen ingresos y se empieza a fortalecer el modelo de negocios. En esta etapa la financiación se hace necesaria para un mayor crecimiento, pero la empresa entra en juego capital-riesgo.

Etapa de Crecimiento: La empresa empieza a crecer a buen ritmo, se encuentra bien establecida en el mercado, pero más o menos consolidada, se da paso a la mejoría en los productos para ganar cuota de mercado y hacer competencia al resto de empresas. En esta etapa la financiación resulta fundamental para mejorar la capacidad de competencia, en este punto entra en juego los fondos de capital privado que generalmente suelen tener mayores recursos que los fondos de capital riesgo.

Etapa de Venta o Exit: cuando la empresa se encuentra bien consolidada en el mercado, llega el momento de plantear la venta o exit, generalmente existen dos tipos de ventas; la adquisición o fusión de una buena parte de la compañía con la visión de mejorar el negocio o a su vez realizar una oferta pública de venta (salida de bolsa).

En la página Advanced network consulting (2017) se menciona que el ciclo de vida de la PYME está dado por cuatro etapas: la introducción, crecimiento, madurez y declive. La introducción es conocida como etapa emprendedora, se requiere de una fuerte inversión, la asignación de recursos y sistemas de gestión y administración no es una prioridad, por lo que la organización es totalmente informal. En el crecimiento o desarrollo se empieza a validar el modelo de negocio, se plantean objetivos a corto y mediano plazo con lo que se plantea la participación de mercado, esta fase requiere de especialización, gestión, administración y control. La fase de madurez implica mayor organización, profesionalización en sistemas, procesos, etc., se da un control de calidad por lo que la empresa se muestra posicionada, pero se busca la máxima eficiencia. La etapa final de refiere al declive-obsolescencia que se desprende de la incapacidad de adaptación a la demanda, falta de neutralización de amenazas, conformismo, agotamiento organizacional,

crisis en el sector y entre otros. Sin embargo, dependiendo de la gestión y estrategias de una empresa se puede retornar a la fase de crecimiento, mantener la estabilidad ante un mercado mega-competitivo y en última instancia el declive.

Este ciclo se resume en la siguiente tabla:

Tabla 6 Ciclo de vida de la PYME

	Introducción	Crecimiento	Madurez	Declive
Producto	Innovación	Productividad	Facilidad de uso	Única alternativa
Ventas	Bajo	Crecimiento rápido	Pico	En declive
Costes	Alto coste por cliente	Costes medio por clientes	Bajo coste por cliente	Bajo coste por cliente
Precio	Elevado	Penetrar mercado	Derrotar competencia	Reducir
Beneficios	Negativo	En alza	Alto	En declive
Clientes	Innovadores	Adoptantes tempranos	Mayorías	Rezagados
Competidores	Pocos	En ascenso	Estables	En declive
Acciones/objetivos de Marketing	Crear imagen de producto	Maximizar el mercado	Maximizar beneficios y mantener cuota mercado	Reducir gastos “Ordeñar” la marca

Fuente: (Advanced network consulting, 2017)

Finalmente, Advanced network consulting (2017) indica que los emprendimientos afrontan 5 etapas; la primera cuando la empresa surge y pone a prueba su oferta de mercado, la segunda cuando la empresa percibe que su oferta es aceptada y empieza a desarrollarse, la tercera cuando la empresa ya alcanza un crecimiento importante y amerita profesionalización, la cuarta cuando la empresa se consolida mediante la

profesionalización y organización y la quinta cuando esta empieza a mostrar signos de envejecimiento. Debido a ello se plantean estrategias de apoyo según la ubicación en el ciclo de vida.

Empresas en nivel 1: el emprendedor debe establecer prioridades, entender el funcionamiento del negocio en todos sus ámbitos, el enfoque de gestión implica conocer el contexto, productos, el mercado, las ventas deben ser estrictamente controladas para que el flujo de efectivo sea proyectado a las necesidades de capital de trabajo.

Empresa en nivel 2: el emprendedor debe aprender a administrar el recurso humano y delegar cuestiones operativas para enfocarse en aspectos estratégicos, el enfoque de gestión será el de consolidar la oferta y conocer por completo el mercado, para el proceso de venta y resultados se debe iniciar con el desarrollo de indicadores de rentabilidad básicos.

Empresa en nivel 3: se debe efectuar un proceso de profesionalización de la gestión ya sea apostando a las personas con las que se ha desarrollado la empresa o inyectando nuevos elementos, se hace necesario el desarrollo de sistemas directivos de planeación, dirección y control y las ventas ameritan de estandarización de indicadores para contemplar la rentabilidad.

Empresa en nivel 4: esta fase se conoce como ideal, pero puede existir un equilibrio complejo de mantener ante elementos culturales de la organización que deben ser manejados para garantizar la continuidad de la fase.

Empresa en nivel 5: fase en que se requiere vivificar la empresa mediante la reintroducción del espíritu emprendedor, el resto de factores deben ser reorientados como piedra angular de renacimiento de la empresa.

4. METODOLOGÍA

4.1 Métodos teóricos

Los métodos teóricos permiten descubrir en el objeto de la investigación, las relaciones esenciales y las cualidades fundamentales, no detectables de modo sensoperceptivo, de esta manera dichos métodos se basan en procesos de abstracción, análisis, síntesis, inducción, deducción, etc. (Martínez & Rodríguez, 2012).

Entre los métodos teóricos utilizados para el desarrollo del presente proyecto de investigación están:

Análisis-síntesis:

Método que implica el análisis, por cuanto se requiere de la separación de un todo en las partes o elementos que lo constituyen con el objetivo de conocer la naturaleza del fenómeno u objeto de estudio y a partir de eso obtener un mayor nivel de comprensión(Sales & Chávez, 2016).

El método de análisis -síntesis fue utilizado para examinar de manera minuciosa la dinámica empresarial y de esta manera poder comprender los elementos o características más importantes sobre las causas, consecuencias, ventajas, desventajas y limitaciones a las que se enfrenta los emprendimientos de la zona 3 respecto a su ciclo de vida, ello se refleja en el planteamiento del problema y la revisión teórica.

Inducción deducción:

El método inductivo-deductivo son dos enfoques opuestos a la investigación, el método inductivo que va de lo particular a lo general y el deductivo de general a lo particular y con ello realizar generalizaciones y obtener conclusiones generales(Castellano, 2011).

Este método fue utilizado para la elaboración de la fundamentación teórica y la revisión de los resultados de la investigación, donde se analizan varias teorías, enfoques, conceptualizaciones y demás elementos respecto a la dinámica empresarial y el emprendimiento.

Histórico-lógico

Método que está vinculado al conocimiento de las distintas etapas de los objetos en su sucesión cronológica con el objetivo de conocer la evolución y desarrollo del objeto de estudio donde se hace necesario revelar su historia, las etapas principales de su desenvolvimiento y las conexiones históricas fundamentales (Martínez & Rodríguez, 2012).

El método histórico-lógico fue utilizado para determinar la situación actual del emprendimiento y con ello evidenciar el crecimiento del sector y su contribución con el desarrollo socioeconómico de la zona 3.

4.2 Métodos empíricos

Métodos que aportan al proceso de investigación mediante la experiencia, posibilitan las relaciones esenciales y las características fundamentales del objeto de estudio, accesibles a la detección sensorial mediante procedimientos prácticos con el objeto (Martínez & Rodríguez, 2012)

Entre los métodos empíricos utilizados en el desarrollo de la investigación constan:

Observación científica:

La observación es una técnica que consiste en poner atención mediante los sentidos, en un aspecto de la realidad y en recoger datos para su posterior análisis e interpretación sobre la base teórica que permite llegar a conclusiones y la toma de decisiones. (Herrera, Medina, & Naranjo, 2012, p.115)

El método de la observación científica fue aplicada con el objetivo de detectar problemas, describir comportamientos y obtener una idea más clara de sobre el emprendimiento y la dinámica empresarial en la zona 3.

Encuesta:

“La encuesta es una técnica de recolección de información, por la cual los informantes responden por escrito a preguntas, para ello se utiliza como instrumento el cuestionario mismo que contiene interrogantes sobre aspectos que interesan investigar” (Herrera, Medina, & Naranjo, 2012, pp.120-121).

La encuesta será utilizada para indagar sobre la dinámica empresarial y el emprendimiento como factor determinante en el desarrollo del ciclo de vida de las PYMES, para lo cual se plantea un cuestionario de 15 preguntas cerradas dirigidas a emprendedores de la zona 3 (Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza).

Análisis de documentos:

El análisis documental surge con fines de orientación científica e informativa al permitir representar la información documental en un registro estructurado, donde se reducen los datos descriptivos físicos y se posibilita la recuperación, transformación y difusión de datos. (Corral, 2015, pp.1-2)

En el presente proyecto investigativo se utilizó el analisis documental para revisar los datos proporcionados por el Servicio de Rentas Internas sobre el emprendimiento (PYMES) en la zona 3 y con ello poder obtener una idea clara de su crecimiento.

4.3 Población y muestra

La población se refiere “al conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y momento determinado” (Hernández, 2013, p.2).

La muestra es considerada el “conjunto de elementos extraídos de la población desde la estadística probabilística o no probabilística” (Hernández, 2013, p.2).

En el estudio se considera como población/universo a la totalidad de PYMES de la zona 3 (Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza) registradas de manera oficial a través del SRI, que estén activas, posean RISE y sean personas naturales, es decir que la población se constituye de:

Tabla 7 Número de PYMES Zona 3

PYMES ZONA 3	
Chimborazo	65732
Tungurahua	90856
Cotopaxi	53600
Pastaza	15212
TOTAL	225400

Fuente: SRI (2017)

En virtud de que población es extensa se procede a la aplicación de un muestreo probabilístico estratificado “el muestreo probabilístico estratificado consiste en dividir al universo en estratos, zonas o grupos más o menos homogéneos” (Herrera, Medina, & Naranjo, 2012, p.101) para obtener una muestra confiable y representativa con la que pueda estudiarse el problema de investigación:

N= población **225400**

n= tamaño de la muestra

e= error de la muestra deseado 0.05 (5%)

p= probabilidad de ocurrencia 0,5

q= probabilidad de no ocurrencia 1-0,5= 0,5

z= nivel de confianza 95%= 1,96

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5)(0,5) * (225400)}{(0,05)^2(225400 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,84 * 0,25 * (225400)}{0,0025 (225399) + 3,84 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 384$$

Para determinar el número de encuestas a aplicar se procede a realizar una regla de tres, considerando el porcentaje de PYMES de cada provincia en relación a la zona 3, con la que se determina la muestra:

Tabla 8 Muestra

N° de PYMES a encuestar		
Provincia	Porcentaje	Número
Chimborazo	29%	111
Tungurahua	40%	154
Cotopaxi	24%	92
Pastaza	7%	27
TOTAL	100%	384

Fuente: SRI (2017)

4.4. Validación del instrumento

Para la validación del instrumento se considera a cinco expertos en el tema, los cuales evalúan la herramienta en base a 5 criterios: presentación, claridad, pertinencia, relevancia y factibilidad, para lo cual, de cada criterio se desglosan diferentes ítems de acuerdo a la

escala de Likert. Tomando en cuenta estos criterios se procede a la aplicación del cuestionario de la validación, en donde se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 9 Validación del instrumento

Escala Criterios	Excelente		Bueno		Regular		Deficiente		Total %
		%		%		%			
Presentación	1	20%	4	80%					100%
Claridad	1	20%	4	80%					100%
Pertinencia	4	80%			1	20%			100%
Relevancia	2	40%	2	40%	1	20%			100%
Factibilidad	4	80%	1	20%					100%

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

Análisis de datos

Los expertos consideran que el instrumento es un 20% excelente en comprensión, mientras que el 80% indica que es bueno. El 20% indica que es excelente en cuanto a su claridad, mientras que el 80% lo califica como bueno, de la misma forma, el 80% de los expertos lo considera pertinente y lo califica como excelente, mientras el 20% lo califica como regular. El 40% califica como excelente a la relevancia de aplicación, mientras el 40% indica que es bueno y el 20% menciona que es regular. Finalmente en cuanto a la factibilidad de aplicación, el 80% menciona que es excelente y el 20% lo considera como buena.

De acuerdo con los resultados obtenidos, los expertos manifiestan que el instrumento es válido, debido a su buena presentación, claridad, excelente pertinencia y factibilidad de aplicación. Razón por la cual se aprueba su aplicación a los representantes de las PYMES.

Confiabilidad del instrumento

El instrumento diseñado se encuentra conformado por 15 preguntas cerradas, la misma que será aplicada a 384 representantes de las Pymes de Chimborazo, Tungurahua,

Cotopaxi y Pastaza. Sin embargo para determinar la confiabilidad del instrumento se realizó una prueba piloto con la aplicación de la herramienta a 9 personas de las 384, como se observa en la tabla siguiente:

Tabla 10 Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	9	2,3
	Excluido ^a	375	97,7
	Total	384	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

La primera prueba piloto tuvo como resultado que el cuestionario presenta una confiabilidad de 0,969 de acuerdo al análisis obtenido en base al coeficiente de Alfa de Cronbach, que equivale al 96,9 %, con lo cual se indica que se halla dentro del rango de fiabilidad permitida.

Tabla 11 Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,957	,969	15

5. RESULTADOS

5.1. Análisis e Interpretación de resultados

De las encuestas aplicadas a los representantes de las pequeñas y medianas empresas de la Zona 3 del Ecuador con la finalidad de conocer la situación actual del emprendimiento en el sector se obtuvieron los siguientes resultados:

INFORMACIÓN GENERAL

a) Género

Tabla 12 Género del emprendedor

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Maculino	264	69,0%
Femenino	120	31,0%
Total	384	100,0%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

Análisis e Interpretación

Del total de los representantes de las pequeñas y medianas empresas de la Zona 3 del Ecuador, el 69% son de género masculino, mientras que el 31% pertenecen al género femenino. Con esto se establece que mayoritariamente los hombres son lo que deciden emprender un negocio con la finalidad de generar un sustento para su familia.

b) Instrucción

Tabla 13 Instrucción

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Primaria	25	7,0%
Secundaria	213	55,0%
Superior	116	30,0%
Otros	30	8,0%
Total	384	100,0%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

Análisis e Interpretación

De la totalidad de las personas encuestadas se determina que el 55% tienen instrucción secundaria, el 30% poseen instrucción superior, el 8% tienen otro tipo de instrucción y el 7% tienen instrucción primaria. Por lo expuesto se determina que la mayoría de personas que emprenden un negocio tienen instrucción secundaria debido a que necesitan ser personas medianamente preparadas para sacar adelante su empresa.

c) Edad del emprendedor

Tabla 14 Edad del emprendedor

	Frecuencia	Porcentaje
Válido 20-30 años	37	10,0%
31-40 años	57	15,0%
41-50 años	167	43,0%
51-60 años	104	27,0%
60 años en adelante	19	5,0%
Total	384	100,0%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

Análisis e Interpretación

El 43% de los encuestados se encuentra en una edad de entre 41 y 50 años, el 27% pertenecen a la edad de 51 a 60 años, el 15% indica que tienen una edad de 31 a 40 años,, el 10% menciona que posee de 20 a 30 años y finalmente un 5% establece que de 60 años en adelante. Con ello se determina que la mayoría de emprendedores pertenece a la edad de 41 a 50 años, puesto que tienen su negocio desde aproximadamente 15 años.

d) Tipo de PYME

Tabla 15 Tipo de PYME

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Alimenticia	26	7,0%
Artesanal	70	18,0%
Construcción	87	23,0%
Manufactura	44	11,0%
Textil	17	4,0%
Industrial	52	14,0%
Auto-repuestos	9	2,0%
Metalmecánica	79	21,0%
Total	384	100,0%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

Análisis e Interpretación

Del total de los encuestados 23% manifiesta que se dedica al sector de la construcción, el 21% establece que se dedica a la industria metalmecánica, el 18% menciona que se dedican a la producción artesanal, el 14% establece que se enfocan al sector industrial, el 11% manifiesta que pertenece a la industria manufacturera, el 7% brindan servicios de alimentación, el 4% la industria textil y el 2% a la venta de auto accesorios.

De los encuestados, la mayoría se dedica principalmente a la producción alimenticia, sin embargo se destaca que de acuerdo a la Secretaría de Planificación y Desarrollo (2013-2017) la mayor cantidad de PYMES en la Zona 3 del Ecuador pertenece al sector de la construcción.

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

1. ¿Qué lo motivó a aperturar la empresa?

Tabla 16 Motivo para aperturar la empresa

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Oportunidad	61	15,9%
Intuición	17	4,4%
Necesidad	140	36,5%
Conocimiento técnico	96	25,0%
Pérdida de fuente de trabajo	70	18,2%
Total	384	100,0%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

Análisis e Interpretación

De la totalidad de los encuestados, el 36,5% manifiesta que la necesidad fue lo que lo motivó a aperturar la empresa, el 25% indica que apertura la empresa debido al conocimiento técnico que posee, el 18,2% menciona que fue por la pérdida de fuentes de trabajo, el 15.9% asevera que apertura la empresa debido a que vio una oportunidad de ingresos y finalmente el 4,4% establece que fue por intuición.

Se determina que la mayoría de los encuestados aperturó la empresa debido a la necesidad que presentaba el mercado, por lo que se atrevieron a asumir ese riesgo, sin embargo en el transcurso del proceso de formalización empresarial y un trabajo arduo y exigente han adquirido experiencia para mejorar las condiciones laborales que les brinde estabilidad.

2. Al momento de iniciar un emprendimiento empresarial ¿Qué es más importante?

Tabla 17 Importante para un emprendimiento

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Contar con los recursos materiales y económicos para las actividades que va a iniciar	87	23,0%
Tener conocimiento del negocio	227	59,0%
Satisfacer una necesidad	70	18,0%
Total	384	100,0%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

Análisis e Interpretación

El 59% de los encuestados menciona que para al momento de iniciar un emprendimiento es importante tener conocimiento previo del negocio que se desea emprender, mientras que el 23% indica que lo más importante es contar con los recursos materiales y económicos para iniciar, mientras que el 18% indica que es importante satisfacer una necesidad.

Con lo expuesto se determina que la mayoría de emprendedores encuestados indican que el conocimiento previo antes de emprender la actividad es muy importante, puesto que por lo general no se cuenta con recursos económicos para contratar a personal que conozca acerca del proceso o de la actividad que se va a iniciar.

3. ¿Contaba con experiencia previa para la gestión de la PYME?

Tabla 18 Experiencia previa

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Si	314	82,0%
No	70	18,0%
Total	384	100,0%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

Análisis e Interpretación

El 82% de los encuestados indica que si contaba con conocimientos previos acerca del negocio que emprendió, mientras que el 18% indica que no los tenía.

Por lo tanto se puede establecer que la mayoría de los emprendedores decidieron aperturar la empresa porque tenían conocimientos previos sobre el manejo del negocio, pues con su colaboración en empresas del sector adquirieron la experiencia y el conocimiento del mercado, suficiente para poder emprender por cuenta propia, lo que les ayuda a tomar decisiones ante distintas situaciones técnicas y administrativas, así también a conocer la manera de negociar, acciones estratégicas, políticas, entre otros.

4. ¿Cómo obtuvo el capital inicial para desarrollar la empresa?

Tabla 19 Obtención del capital

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Capital propio	70	18,2 %
Capital familiar (patrimonio)	140	36,5%
Capital ajeno (financiamiento)	174	45,3%
Total	384	100,0%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

Análisis e interpretación

De la totalidad de los encuestados, el 45,3% menciona que el capital para desarrollar la empresa lo obtuvo mediante financiamiento, el 36,5% indica que lo obtuvo de patrimonio familiar y el 18,2% fue por capital propio.

La mayoría de los emprendedores de la Zona 3 del Ecuador iniciaron su negocio gracias al financiamiento que les otorgan las cooperativas, las mismas que ofrecen tasas de interés muy baratas y a plazos convenientes que los ayuda a cancelar sin problema las cuotas mensuales establecidas.

5. ¿Cuáles son las fuentes de financiamiento que empleó generalmente?

Tabla 20 Fuentes de financiamiento

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Financiamiento Bancos	140	36,5
Financiamiento público	35	9,1
Financiamiento por cooperativas	209	54,4
Total	384	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

Análisis e Interpretación

El 54,4% de las personas encuestadas manifiestan que obtuvieron financiamiento de parte de las cooperativas de ahorro y crédito, el 36,5% indica que adquirieron financiamiento de bancos, y el 9,1% menciona que fue por financiamiento público.

Los emprendedores emplearon financiamiento otorgado por las cooperativas de ahorro y crédito que se encuentran en la Zona 3 del Ecuador para aperturar su negocio, pues dichas instituciones le otorgan mayores facilidades con microcréditos a tasas de interés más bajas, siempre y cuando se conceda las prendas o garantías personales que solicitan de acuerdo al monto de la solicitud.

6. ¿Cuál es el destino de los créditos obtenidos?

Tabla 21 Destino de los créditos

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Estudio de mercado	35	9,0%
Maquinaria, equipo	209	54,0%
Remodelaciones	61	16,0%
Capacitación de talento humano	61	16,0%
Pago de deudas	18	5,0%
Total	384	100,0%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

Análisis e Interpretación

El 54% de los encuestados indica que el destino de los créditos es para el pago de maquinaria y equipos, el 16% menciona que es utilizado para remodelaciones en el lugar de trabajo, el 16% manifiesta que se lo utiliza para capacitaciones del talento humano, el 9% establece que utiliza el dinero para estudios de mercado y finalmente el 5% coincide que invierte el dinero en pago de deudas.

Se establece que la mayoría de los emprendedores invierte el dinero que les otorgan las entidades financieras en la adquisición de las maquinarias y equipos necesarios para iniciar e innovar su negocio tecnologías que son adquiridas en el mercado local o en ciertas ocasiones se requiere importarlas.

7. ¿Cuáles son los principales destinos para la venta de los productos de su empresa?

Tabla 22 Destino para la venta de los productos

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Mercado local	183	48,0%
Mercado nacional	174	45,0%
Mercado internacional	27	7,0%
Total	384	100,0%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

Análisis e Interpretación

El 48% de los encuestados menciona que el destino de sus productos es para el mercado local, el 45% indica que es para el mercado nacional y el 7% establece que sus productos abarcan el mercado internacional.

Por lo expuesto se menciona que la mayoría de emprendedores destinan sus productos al mercado local, es decir únicamente a la zona a la que pertenecen tales como el Mercado mayorista de Ambato que alberga una feria agrícola y textil, las Ferias Artesanales Juan

Cajas, El Mercado La Condamine de Riobamba, entre otros, puesto que es muy difícil abrirse campo en mercados de otras ciudades y más aún en el ámbito internacional.

8. ¿Cuáles son sus principales clientes?

Tabla 23 Principales clientes

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Mayoristas	35	9,1
Minoristas	87	22,7
Intermediarios	44	11,5
Consumidores finales	218	56,8
Total	384	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

Análisis e interpretación

El 57% de los encuestados menciona que sus principales clientes son los consumidores finales, el 23% indica que venden a los minoristas, el 11% menciona que vende a intermediarios y el 9% establece que sus clientes son los consumidores finales.

De acuerdo a los resultados se expresa que la mayoría de los encuestados destinan sus productos a los consumidores finales, puesto que para ingresar a cadenas comerciales más extensas se requiere de mayor inversión para incrementar su producción.

9. ¿Cómo calificaría el nivel de competitividad de la empresa?

Tabla 24 Nivel de competitividad de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Excelente	33	8,6%
Muy Bueno	77	20,1%
Bueno	173	45,1%
Regular	101	26,3%
Total	384	100,0%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

Análisis e interpretación

El 45,1% de los encuestados califican el nivel de competitividad de su empresa como bueno, el 26,3% lo califica como como regular, el 20,1% menciona que es muy bueno y el 8,6% indica que es regular.

De este modo se puede aludir que la mayor cantidad de emprendedores de la Zona 3 del Ecuador consideran que el nivel de competitividad que ha logrado su emprendimiento es regular, debido a la existencia de un sinnúmero de competidores que ofrecen productos similares a menor precio, pues para realizar productos de calidad es necesario una mayor inversión, determinando un costo final elevado, lo que dificulta su venta.

10. ¿Considera que el cambio respecto a tecnología y desarrollo de la empresa ha sido?

Tabla 25 Cambio respecto a tecnología y desarrollo de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Excelente	30	7,8%
Muy Bueno	95	24,7%
Bueno	187	48,7%
Regular	72	18,8%
Total	384	100,0%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

Análisis e Interpretación

El 48,7% de los encuestados manifiesta que el cambio respecto a tecnología y desarrollo de la empresa ha sido bueno, el 24,7% menciona que ha sido muy bueno, el 18,7% establece que ha sido regular y solamente el 7,8% menciona que ha sido excelente.

Se puede indicar que la mayoría de microempresarios de la Zona 3 del Ecuador considera que el cambio respecto a la tecnología y desarrollo de la empresa ha sido bueno, gracias al nuevo escenario de confianza que el Gobierno construye mediante políticas públicas y alianzas estratégicas con los sectores productivos y gobiernos locales para que el sector

de las PYMES tengan desarrollo más eficiente y productivo, lo que ayuda a implementación de maquinarias semi-innovadas y en consecuencia incrementar la producción.

11. Considera que la empresa en los últimos años ha logrado una estructura organizacional e imagen corporativa?

Tabla 26 Estructura organizacional e imagen corporativa

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Excelente	43	11,2%
	Muy Bueno	51	13,3%
	Bueno	132	34,4%
	Regular	158	41,1%
	Total	384	100,0%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

Análisis e Interpretación

El 41,15% de los encuestados manifiesta que la empresa en los últimos años ha logrado una estructura organizacional e imagen corporativa de manera regular, el 34,38% menciona que ha alcanzado una buena estructura organizacional, el 13,26% indica que ha sido muy buena y el 11,20% menciona que lo ha alcanzado de forma excelente.

Los datos concuerdan en que la mayor cantidad de microempresarios encuestados de la Zona 3 del Ecuador indican que en los últimos años han logrado una estructura organizacional e imagen corporativa de forma regular, debido a que no se ha establecido de forma clara la descripción general del producto, el público objetivo, el mercado potencial junto con las tendencias, un organigrama estructural con el detalle de las principales personas y responsabilidades, así como las estrategias de marketing para captar un mayor número de clientes, lo que dificulta su expansión en el mercado.

12. ¿Cuál ha sido el comportamiento de la empresa en los últimos años?

Tabla 27 Comportamiento de la empresa en los últimos años

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Excelente	24	6,5%
	Muy Bueno	47	12,2%
	Bueno	193	50,3%
	Regular	120	31,3%
	Total	384	100,0%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

Análisis e Interpretación

El 50,3% de los encuestados manifiesta que el comportamiento de la empresa en los últimos años ha sido bueno, el 31,3% menciona que ha sido regular, el 12,2% establece que ha sido muy bueno y el 6,3% asevera que ha sido excelente.

En los últimos años la mayoría de las microempresas han tenido un buen comportamiento, pues con la transformación de la matriz productiva se producen cambios estructurales que direccionan las formas tradicionales del proceso y la estructura productiva actual, hacia nuevas formas de producir promoviendo la diversificación productiva en nuevos sectores que se adapten a los desafíos actuales.

13. ¿En qué porcentaje considera que la empresa ha crecido?

Tabla 28 Porcentaje que la empresa ha crecido

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	De 0% a 25%	288	75,0%
	De 26% a 50%	87	23,0%
	De 51% a 75%	9	2,0%
	Total	384	100,0%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

Análisis e Interpretación

De la totalidad de los encuestados, el 75% manifiesta que la empresa ha crecido de 0 a 25%, el 23% menciona que ha crecido de 26 a 50% y, el 2% asevera que ha crecido del 51 al 75%.

Evidenciándose que la mayoría de los microempresarios consideran que la empresa ha crecido en un promedio del 12% lo que representa un buen porcentaje para seguir participando activamente en el ámbito comercial y abrirse campo en nuevos nichos de mercado, pues la elevada competitividad empresarial obliga a la conformación de industrias con alta productividad, competitivas, sostenibles y sustentables.

14. ¿Cuáles considera usted son las principales limitantes/barreras externas que impiden el desarrollo de su empresa?

Tabla 29 Principales limitantes/barreras externas que impiden el desarrollo

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Inexistencia de políticas crediticias accesibles	79	20,6
Competencia desleal	183	47,7
Bajo nivel asociativo	122	31,8
Total	384	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

Análisis e Interpretación

El 47,7% de los encuestados indica que las principales limitantes/barreras externas que impiden el desarrollo de su empresa es la competencia desleal, el 31,8% menciona que es el bajo nivel asociativo y el 20,6% establece que es la inexistencia de políticas.

Estos datos concuerdan en que la mayor cantidad de microempresarios tienen como principales limitantes o barreras externas la competencia desleal que determinan precios

muy bajos, dando como resultado reducidos niveles de ganancia, lo que obstaculiza la capitalización y conlleva a que las empresas se mantengan dentro de un círculo de bajo valor, impidiendo el desarrollo de su empresa, motivo por el cual el Estado ecuatoriano debe regular el proceso competitivo con la finalidad de conseguir la eficiencia económica, tendiendo como fin último garantizar el bienestar de los consumidores.

15. ¿Cuáles considera usted son las principales limitantes/barreras internas que impiden el desarrollo de su empresa?

Tabla 30 Principales limitantes/barreras internas que impiden el desarrollo

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Administrativa organizacional	148	38,5
No contar con estrategias operativas innovadoras	165	43,0
Carencia de recurso humano y técnico especial	71	18,5
Total	384	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

Análisis e Interpretación

El 43% de los encuestados considera que las principales limitantes o barreras internas que impiden el desarrollo de su empresa es no contar con estrategias operativas innovadoras, el 39% establece que es son barreras administrativas organizacionales y el 18% indica que es la carencia de recurso humano y técnico especial.

La encuesta revela que la limitante interna principal que impide el desarrollo de la empresa son las pocas estrategias operativas innovadoras, pues en Ecuador se nota la limitadas apuestas por el desarrollo del talento humano, la ciencia y tecnología, además de la inexistencia de instrumentos tecnológicos de desarrollo emprendedor, discontinuidad de los existentes, razón por la cual la capacidad de producción disminuye y los emprendimientos tiene una pasiva participación en el mercado.

16. ¿Conoces alguna política gubernamental que impulse el emprendimiento en el país?

Tabla 31 Política gubernamental que impulse el emprendimiento

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Si	76	20,0%
No	308	80,0%
Total	384	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

Análisis e Interpretación

El 80% de los encuestados menciona que no conoce acerca de las políticas gubernamentales que impulsen el emprendimiento, mientras que el 20% menciona que si conoce acerca de programas gubernamentales que ayuden a los emprendedores.

De acuerdo a los resultados obtenidos se indica que la mayoría de emprendedores no conoce acerca de programas gubernamentales que ayuden a los emprendedores, razón por la cual siempre han tenido que sobresalir por su propio esfuerzo, y en ocasiones se han presentado dificultades que obligan a cerrar o dar por terminada la idea de negocio.

17. ¿Considera que se requiere mayor promoción hacia los diferentes programas de apoyo y asociatividad para las PYMES?

Tabla 32 Promoción hacia los diferentes programas de apoyo y asociatividad para las PYMES

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Si	296	77,0%
No	88	23,0%
Total	384	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

Análisis e Interpretación

El 77% de los encuestados menciona que sí se requiere mayor promoción hacia los diferentes programas de apoyo y asociatividad para las pequeñas y medianas empresas, mientras que el 23% indica que no sería necesario dicha promoción.

Por lo expuesto se establece que la mayoría de pequeños y medianos microempresarios coinciden en que es importante promocionar programas de apoyo y asociatividad para las PYMES, puesto que estos permiten el establecimiento de mecanismos de protección ante la competencia desleal o un mercado inestable, pues el emprendimiento representa un aporte positivos dentro del proceso de crecimiento económico, así como frete a conceptos integradores de desarrollo humano como la pobreza, el desempleo, entre otros.

5.2. Validación teórica práctica de los resultados

Los emprendedores decidieron aperturar la empresa gracias conocimientos previo, lo que les facilita la adopción de actitudes ante distintas situaciones, cuestiones técnicas y administrativas, además de conocer la manera de negociar, ubicaciones estratégicas, acciones políticas, entre otros. Además con la transformación de la matriz productiva en el Ecuador se produce cambios estructurales que direccionan las formas tradicionales del proceso y la estructura productiva actual, hacia nuevas formas de producir comenzando la diversificación productiva en nuevos sectores que se adapten a los desafíos actuales, resultado que es sustentado con la opinión de Braña, Domínguez, & León (2016) quienes mencionan que se debe partir de la idea de que la base de una buena política de emprendimiento es un concepto socialmente aceptado del tipo de empresa que se requiere en un país, una noción que debe ser adaptable a las realidades locales y que no sea estacional, puesto que el dinamismo de un negocio únicamente se podrá evidenciar en un tiempo futuro, donde la empresa demuestre su potencialidad, más no en el momento en que se concibe la idea (p. 276).

5.3. Correlación de Pearson

Una vez realizado el análisis de los resultados, se procede al estudio de la relación que existe entre ítems que representa las variables a través del coeficiente de correlación de Pearson.

“El coeficiente de correlación de Pearson es un índice que evalúa específicamente el grado de covariación entre distintas variables cuantitativas relacionadas linealmente”(Laguna, 2014).Universidad Nacional de Mar de PlataPor tal motivo este es el mejor coeficiente de correlación y el más utilizado para estudiar la relación lineal existente entre dos variables.

Los valores de la correlación varían entre -1 y 1, es por esto que aquellos que se aproximan a 1 indican la existencia de correlación fuerte y positiva, mientras que los valores que se aproximan a -1 implican una correlación fuerte pero negativa, mientras que cuando los valores son próximos a 0 no existe correlación entre las variables.

El análisis de correlación entre las variables de la investigación se lo realiza en el programa SPSS. Para dicho análisis se utiliza las preguntas filtro de dinámica empresarial y el desarrollo del ciclo de vida de las PYMES.

Tabla 33 Correlación de Pearson

		¿Cómo calificaría el nivel de competitividad de la empresa?	¿Considera que el cambio respecto a tecnología y desarrollo de la empresa ha sido?	¿Considera que la empresa en los últimos años ha logrado una estructura organizacional e imagen corporativa?	¿Cuál ha sido el comportamiento de la empresa en los últimos años?
¿Cómo calificaría el nivel de competitividad de la empresa?	Correlación de Pearson	1	,736**	,576**	,746**
	Sig. (bilateral)		,000	,000	,000
	N	384	384	384	384
¿Considera que el cambio respecto a	Correlación de Pearson	,736**	1	,443**	,594**

tecnología y desarrollo de la empresa ha sido?	Sig. (bilateral) N	,000 384		,000 384	,000 384
¿Considera que la empresa en los últimos años ha logrado una estructura organizacional e imagen corporativa?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,576** ,000 384	,443** ,000 384	1 ,000 384	,323** ,000 384
¿Cuál ha sido el comportamiento de la empresa en los últimos años?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,746** ,000 384	,594** ,000 384	,323** ,000 384	1 ,000 384

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la tabla se puede observar que existe una correlación significativa positiva entre las variables, competitividad de la empresa y cambio respecto a la tecnología coeficiente de 0,736 que es un nivel de correlación alto. De la misma manera se observa una correlación media positiva entre la competitividad de la empresa con estructura organizacional alcanzada con un coeficiente de Pearson positivo de 0,56, En cuanto a la competitividad con el comportamiento de la empresa se puede deducir que existe una correlación alta con un coeficiente de 0,746, con ello se determina si existe relación entre la dinámica empresarial y el desarrollo del ciclo de vida de las PYMES de la Zona 3, datos que se pueden corroborar con la gráfica de dispersión que se presenta a continuación.

Diagramas de dispersión de las variables

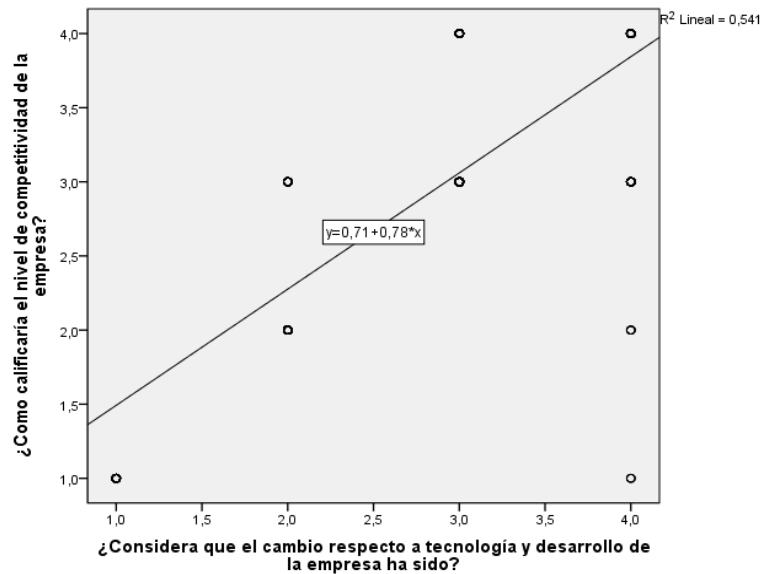


Figura 9 Diagrama de dispersión del nivel de competitividad con el cambio respecto a la tecnología y desarrollo de la empresa
Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

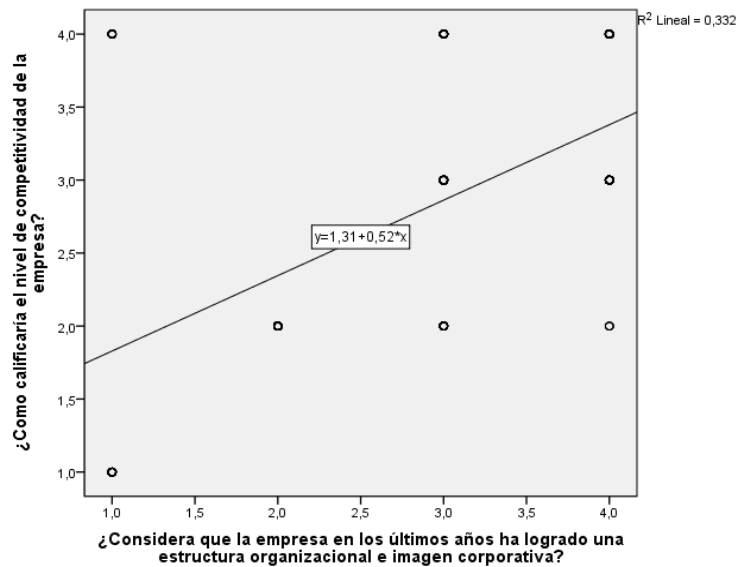


Figura 10 Diagrama de dispersión del nivel de competitividad de la empresa con la estructura organizacional e imagen corporativa
Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

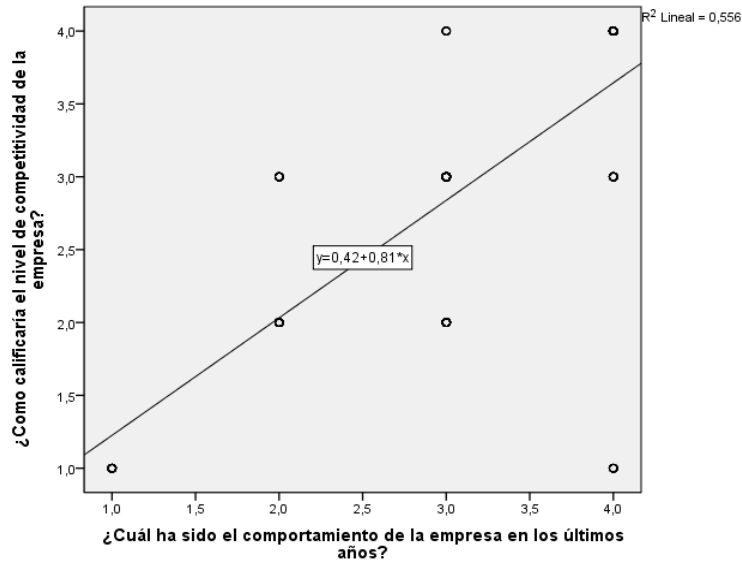


Figura 11 Diagramas de dispersión del nivel de competitividad de la empresa con el comportamiento de la empresa.

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

5.4. Propuesta de Solución

Tema:

Guía de prácticas de gestión administrativa apoyadas en marketing digital para las Pymes de la zona 3 con proyección nacional e internacional que permitan el crecimiento.

Fundamento teórico

El Modelo de Gestión Administrativa

El Modelo de Gestión Administrativa es entendido como el conjunto de acciones y procedimientos orientados a alcanzar los objetivos de una organización independientemente de su naturaleza. Este modelo ayuda al cumplimiento y la aplicación de manera eficiente del proceso administrativo, el cual consiste en: planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar. Es importante debido a que permite la optimización en la ejecución de procesos con el objetivo de incrementar la calidad y eficiencia en la gestión

de los productos y servicios que prestan las organizaciones, en este caso las pequeñas y medianas empresas de la zona 3 (De la Rosa, 2014).

Además, Castro, Fuentes & Rivas (2012) indican que al elaborar un modelo de gestión administrativa adecuado se obtienen los lineamientos generales referente a las actividades que se efectúan en cada fase del proceso, permitiendo de tal forma solventar las necesidades que existan en la institución y en consecuencia facilitar a la toma de decisiones.

Para el diseño del modelo de gestión administrativa se va a tomar como base los pilares siguientes:

Producción:

La función de la producción es definida como aquella parte de la organización encargada de transformar una serie de elementos iniciales como materia prima, energía, información, recursos, entre otros en un conjunto de bienes o servicios a través del proceso de transformación que añade valor para el cliente final (Carro & González, 2013).

Para Rodríguez (2012) la complejidad de los sistemas de producción ha ido incrementando en la medida de que el mercado se ha vuelto más exigente como consecuencia de la evolución de la fabricación basada en la variedad, por tal razón, ante esta necesidad del mercado se han desarrollado paradigmas de producción que conjugan de forma sinérgica todos los elementos individuales del sistema y pretenden sacar el mayor provecho posible de los recursos con los que se cuenta para fabricar los bienes.

Recursos Humanos

Aduna, García, & Chávez(2013) indican que la gestión de recursos humanos busca garantizar la selección de trabajadores de gran calidad, desarrollarlos, organizar de manera adecuada su actividad y mantenerlo, buscando la flexibilidad financiera y funcional numérica”, en tal sentido la gestión de recursos humanos es un medio para alcanzar la

eficacia y la eficiencia de las organizaciones por medio del trabajo de las personas, implantando condiciones favorables para que estas logren de la misma manera sus propios objetivos.

El ámbito de actuación de los recursos humanos es muy amplio, debido a que abarca todas las decisiones y acciones implicadas en las relaciones que tienen los trabajadores de una organización entre sí y las que mantiene la empresa con ellos, pues aunque las decisiones de las más altos órganos de la empresa siempre afectan a los empleados, es desde los recursos humanos que se planifica y establece las pautas para ponerlas en marcha (De la Cruz, 2014).

Recursos Financieros

Los recursos financieros garantizan los medios para adquirir el resto de recursos que la organización requiere, los mismos que definen la eficacia de la organización para lograr sus objetivos. Por tanto esto se refiere al dinero, en forma de capital, flujo de caja, que se encuentran disponibles de forma inmediata para enfrentar los compromisos que adquiere la organización. Además se incluye los ingresos que produce la empresa, las inversiones de terceros y toda forma de efectivo que ingrese a la caja de la organización (Castro, Fuentes, & Romero, 2012).

En este sentido la administración de los recursos financieros es definida como la fase que tiene como objetivo fundamental maximizar el patrimonio de una empresa a largo plazo, a través de la obtención de recursos financieros que se obtienen por aportación del capital u obtención de crédito, su adecuado manejo y aplicación, así como la coordinación correcta del capital de trabajo, inversiones y resultados, en base a la presentación e interpretación para la toma de decisiones adecuadas (Tobles, 2012).

Marketing:

El marketing es definido como el proceso social y administrativo a través del cual los individuos y las organizaciones obtienen lo que requieren y desean, creando e

intercambiando valor con otros, por tal motivo el marketing se entiende como el proceso a través del cual las empresas crean valor para sus clientes y establecen relaciones sólidas con ellos para obtener valor a cambio de estos (Kotler & Armstrong, 2012).

De la misma forma Monteferrer (2013) menciona que el marketing generalmente es conocido por muchas personas como aquella acción que consiste en vender y hacer publicidad, sin embargo en la actualidad el marketing debe verse en el sentido moderno de satisfacer las necesidades del cliente, pues si el mercadólogo entiende bien las necesidades del consumidor y desarrolla productos que ofrezcan un valor superior del cliente, con precios adecuados y distribuye y promueve de manera eficaz, sus productos serán vendidos con mayor facilidad.

La guía de marketing digital está apoyada en el Plan Nacional del Buen Vivir, diseñado como instrumento de planificación para el fortalecimiento de la sociedad, bajo la dimensión de diversificación productiva y seguridad económica; donde se menciona que la diversificación productiva de la economía ecuatoriana es insuficiente, existe una limitada participación de la manufactura en el mercado y un escaso nivel de desarrollo por ello se hace necesario promover el crecimiento de la productividad mediante la generación del valor agregado a las cadenas productivas y el fortalecimiento de la conectividad regional, nacional e internacional (UNICEF Ecuador, 2013-2017).

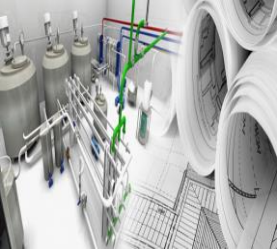


La utilización de Marketing digital brinda mayores beneficios que los modelos de marketing tradicional, al permitir medir el impacto y la repercusión de este tipo de publicidad en potenciales clientes, ser flexible ante cambios e implicar menores costes y control presupuestario, por ello la adopción de este tipo de marketing resulta favorable para promover el desarrollo de las PYMES de la zona 3, considerando que las mismas son diferentes en tamaño, estructura organizacional, localización, capital e intereses.

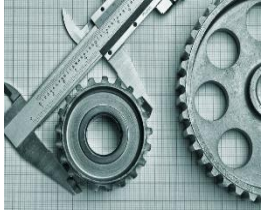
Desarrollo:

El modelo de gestión administrativa para las PYMES de la zona 3 se plantea bajo los 4 parámetros:

Gestión productiva


Tabla 34 Modelo de gestión productiva para las PYMES



MODELO DE GESTIÓN PRODUCTIVA PARA LAS PYMES		
Fase	Estrategia	Acción
<p>1. Diseño</p> 	<p>Diseño y desarrollo de productos</p> <p>Diseño de procesos</p>	<p>Definir los materiales a usar</p> <p>Diseñar nuevos productos</p> <p>Comparar el diseño con el comercializa la competencia</p> <p>Definir la capacidad de producción</p> <p>Distribuir la planta</p> <p>Establecer hojas de ruta</p> <p>Establecer cargas de trabajo</p>
<p>2. Planificación</p> 	<p>Planificación de la producción</p> <p>Programación de la producción</p>	<p>Establecer un plan de producción anual</p> <p>Establecer un plan agregado de capacidad de producción</p> <p>Programación de cantidades y tiempos</p> <p>Programación de materiales que se requiere</p>
<p>3. Operación</p> 	<p>Operaciones de producción</p>	<p>Establecer el nivel de producción</p> <p>Determinar los tiempos muertos de la maquinaria</p> <p>Analizar la utilización real de la materia prima</p>

	Estandarización de las operaciones	<p>Establecer la duración del ciclo productivo</p> <p>Establecer secuencias de las operaciones</p> <p>Diseñar diagrama de procesos</p>
<p>4. Controlar y Medir</p> 	Controlar y medir la producción	<p>Establecer variables e indicadores de producción</p> <p>Análisis de optimización de recursos</p> <p>Mejora continua</p>

Gestión financiera



Tabla 35 Modelo de gestión financiera para las PYMES



MODELO DE GESTIÓN FINANCIERA PARA LAS PYMES		
Fase	Estrategia	Acción
<p>1. Organización</p> 	<p>Establecer la estructura legal de las PYMES</p> <p>Establecer organización estratégica</p>	<p>Elaborar estatutos</p> <p>Abrir cuenta de integración de capital</p> <p>Realizar trámites de permisos municipales</p> <p>Inscribir a la empresa</p> <p>Obtener RUC</p> <p>Establecer misión</p> <p>Establecer visión</p> <p>Establecer políticas</p> <p>Definir diagrama estructural</p>

<p>2. Manuales Financieros</p> 	<p>Organizar el departamento financiero</p> <p>Establecer el manual de procesos financieros</p>	<p>Establecer las funciones de las áreas del departamento financiero</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gerente • Contador • Auxiliar contable <p>Definir las actividades</p> <ul style="list-style-type: none"> • proceso de compra • pago a proveedores • proceso de ventas • pago de sueldos
<p>3. Control</p> 	<p>Diseñar formatos estándar de control</p>	<p>Establecer un formato estándar para:</p> <ul style="list-style-type: none"> • solicitud de compra • Control de ventas • Facturas de venta • Pago a proveedores • Pago de sueldos

Gestión de recursos



Tabla 36 Modelo de gestión financiera para las PYMES


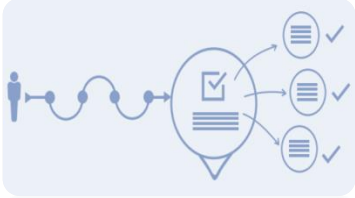
MODELO DE GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS PARA LAS PYMES		
Fase	Estrategia	Acción
<p>1. Selección del personal</p> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definir organigrama 2. Definir es sistema de reclutamiento 3. Inducción 	<p>Describir los perfiles del cargo</p> <p>Establecer alianzas con instituciones educativas</p> <p>Prepara para el puesto de trabajo</p> <p>Definir los roles del trabajador</p>
<p>2. Sistema de Mantención</p> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Remuneraciones 2. Motivación 3. Bienestar personal 	<p>Establecer sueldo en base al perfil formativo</p> <p>Otorgar incentivos económicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bonos • Tarjetas de regalo <p>Reconocimientos personales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empleado del mes <p>Dotar de equipos de protección personal</p>


<p>3 Gestión de desempeño y desarrollo</p> 	<p>Formación al personal</p> <p>Evaluación al desempeño</p>	<p>Planificar conferencias y capacitaciones sobre colaboración</p> <p>Brindar cursos de temas relacionadas a la actividad empresarial</p> <p>Establecer metas a los trabajadores. Ejem:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 50 pares diaria • 120 unidades diarias <p>Realizar test de desempeño</p>
<p>4. Sistema de salida</p> 	<p>Desvinculación</p>	<p>Realizar entrevistas de salida</p>

Marketing

Tabla 37 Modelo de marketing digital aplicado a las PYMES

MODELO DE MARKETING DIGITAL APLICADO A LAS PYMES		
Estrategias	Implicación	Acción
<p>1. Estrategia digital</p> 	<p>Estrategia que deberá enmarcarse en un plan de acción con proyección para 3-5 años</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cambio de mentalidad para un accionar distinto • Análisis de las oportunidades de la empresa hacia el mundo digital con propuestas de valor diferenciado • Definición de objetivos de digitalización • Inversión en gestión interna • Inversión en clientes • Reclutar talento humano con aptitudes digitales • Crear una cultura de innovación y adaptación
<p>2. Organización</p> 	<p>Crear esquemas que faciliten la innovación abierta</p>	<p>Plantear liderazgo y asignación de responsabilidades</p> <p>Interiorizar la digitalización con canales de venta, logística, procesos organizacionales y tiempos como medidas de fidelización de clientes</p>

<p>3. Capacitación digital</p> 	<p>Incluye el desarrollo de programas que proporcionen conocimientos básicos sobre la visión digital de la empresa</p>	<p>Inmiscuirse en información sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Negocios en el mundo del internet • Fundamentos de marketing digital • Diseño y usabilidad de sitios web • Venta online
<p>4. Proceso</p> 	<p>Planteamiento y prueba piloto sobre nuevos canales de venta digital, nuevos productos y servicios digitales</p>	<p>Utilizar herramientas tecnológicas que permitan visualizar los productos, precios/promociones: /descuentos, contenidos-videos de interés y sobretodo que permitan interacción empresa-cliente. Entre las estrategias pueden incluirse:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Social media: redes sociales (Facebook, Twitter) y profesionales (Linkedin) • Mobile marketing: (marketing por geolocalización, Google places, mensajería móvil) • Marketing-buscadores: SEM (publicidad) o SEO (posicionamiento) • Publicidad display: banners, pop ups, anuncios de video,
<p>5. Medición y mejora</p>	<p>Recolección de datos sobre eficiencia de</p>	<p>Las estrategias deberán ser de ciclo corto para determinar su</p>

 A 3D illustration of business analytics. It features a green bar chart, a blue pie chart, a white document with a grid, and a white line graph with a red arrow pointing upwards. The elements are set against a light blue background and cast a reflection on a white surface below.	estrategias planteadas	factibilidad, validez, rentabilidad, beneficios vs costes. Se podrá dar seguimiento a las estrategias digitales mediante: Klout, ASOMO, BlogPulse, etc. para verificar la reputación empresarial.
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

6. CONCLUSIONES

- De acuerdo a la investigación realizada los principales emprendimientos de la zona 3 del Ecuador son: la producción alimenticia, la industria metalmecánica, y la producción artesanal, sectores que contribuyen al desarrollo socioeconómico del sector.
- El emprendimiento en Ecuador ha sido un tema gestionado únicamente de manera superficial, por lo que se han generado solo esfuerzos aislados con escasos resultados, en tal sentido los gobiernos actuales tiene un papel fundamental o clave para la generación de emprendimientos productivos, siendo una herramienta vital la promoción de leyes y estrategias que permitan el desarrollo de la producción vistos desde la perceptiva del buen vivir o del cambio de la matriz productiva, y que fomente el bienestar y la riqueza.
- En los últimos años la mayoría de las microempresas han tenido un buen comportamiento, pues han crecido en un promedio del 12%, lo que representa muy significativo para seguir participando activamente en el ámbito comercial, pues con la transformación de la matriz productiva se produce cambios estructurales que direccionan las formas tradicionales del proceso y la estructura productiva actual, hacia nuevas formas de producir, con lo que se promueve la diversificación productiva en nuevos sectores que se adapten a la elevada competitividad empresarial con la conformación de industrias con alta productividad, competitivas, sostenibles y sustentables.
- Para las pequeñas y medianas empresas de la zona 3 del Ecuador es importante la utilización de herramientas de promoción digital, que les permitan dar a conocer los productos o servicios que ofertan y de esa manera se expandan a nivel nacional y de ser posible a nivel internacional.
- En cuanto al dinamismo empresarial se evidencia que mientras la constitución de las PYMES aumenta, también se incrementa la salida o cancelación, debido

a las dificultades de adaptación de los nuevos entrantes y a los niveles de competitividad que exige el mercado.

- La provincia de Tungurahua aporta la mayor cantidad a la creación total de empresas en la Zona 3, pero también a la turbulencia, es por ello que se determina que las empresas que ingresan al mercado con una estructura legal y de capital bien definido podrían ofrecer mayores posibilidades de supervivencia.

7. RECOMENDACIONES

- Con respecto a la competencia desleal, el Estado ecuatoriano debe regular el proceso competitivo con la finalidad de conseguir la eficiencia económica de las pequeñas y medianas empresas, tendiendo siempre como fin último garantizar el bienestar de los consumidores.
- Es importante la innovación de tecnología para el crecimiento de las PYMES del sector 3, pues los métodos tradicionales de producción mantienen rezagadas a dichos microempresarios, debido a la gran cantidad de tiempo y recursos que se deben utilizar en los procesos productivos y operacionales.
- En la era digital, las nuevas tecnologías como el internet pueden ser aprovechadas para brindar oportunidades de crecimiento a las pequeñas y medianas empresas, pues a través de estas herramientas se puede llegar a un mayor número de clientes, mostrando ampliamente las características de los productos y servicios que ofertan.
- Es importante realizar estudios o censos empresariales que ayuden a observar el fenómeno de dinamismo empresarial en el país, para de esa manera plantear estrategias que alarguen el ciclo de vida de las empresas que se crean con la finalidad de convertirse en el sustento económico de las familias.

8.BIBLIOGRAFÍA

- Aduna, A., García, E., & Chávez, É. (2013). Modelos de gestión de Recursos Humanos. *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*.
- Advanced network consulting. (2017). *Ciclo de vida de la Pyme*. México.
- Araque, W. (2012). *Las PyME y su situación actual* . Quito: Universidad Andina Simón Bolívar .
- Arellano, P., & Carrasco, C. (2014). *Dinámica empresarial; Brechas regionales y sectoriales de las pymes en Chile*. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo .
- Arellano, P., & Jimenez, E. (2016). *Dinámica empresarial: Brechas regionales y sectoriales de las pymes en Chile*. Chile: Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.
- Arroba, M. (2016). *Dinámica empresarial y su relación con el desempleo en la región N° 3 del Ecuador*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Banco de España. (2015). *La dinámica empresarial en España: características, determinantes e implicaciones*. España: Informe anual .
- Boni, J., Cueva, A., & Lucín, Á. (2013). *Proyecto de inversión para la creación de una empresa de asesoramiento integral y publicidad*. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- Braña, F., Domínguez, R., & León, M. (2016). *Buen vivir y cambio de la matriz productiva: Reflexiones desde el Ecuador* (Primera ed.). Quito, Ecuador: FES-ILDIS. Recuperado el diciembre de 2017, de <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/quito/12781.pdf>
- Calle, M. (2015). Rendición de cuentas 2015: Zonla 3. *Ministerio de Industrias y Productividad*.
- Carro, R., & González, D. (2013). *El sistema de producción y operación*. Argentina: Universidad Nacional de Mar de Plata.

- Castellano, L. (2011). *Método deductivo, método inductivo*. Bolivia: Liceo Bolívar Hernán Valera .
- Castro, D., Fuentes, V., & Romero, R. (2012). *Modelo de Gestión administrativa para optimizar los recursos en la clínica dental de la Facultad de odontología de la Universidad de El Salvador*. San Salvador: UNiversidad de El Salvador.
- Cervantes, M., & Sáenz, A. (2016). *Una perspectiva ineroamericana sobre el emprendimiento juvenil*. España: Global Entrepreneurship Monitor.
- CFN . (2017). *Programa de apoyo productivo y financiero*. Quito: Corporación Financiera Nacional.
- Corral, A. (2015). *¿Qué es el análisis documental?* Buenos Aires: Wordpress.
- De la Cruz, I. (2014). *Gestión de Recursos Humanos*. España: Ministerio de Educación.
- De la Rosa, R. (2014). *Diseño de un modelo de Gestión Administrativa para el cabildo de la Comuna San Rafael, parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena, año 2014*. La Libertad, Ecuador: Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- De los Reyes, M. (2015). *Libro Blanco del Emprendimiento*. Andalucía: Junta de Andalucía.
- Demur, M., Navas, R., & Sandoval, R. (2015). *TI en la dinámica del conocimiento empresarial* (Primera ed.). Toluca, México: Bonobos Editores S.
- Díaz, D., & Canciano, C. (2014). *De emprendimientos por necesidad a emprendimientos por oportunidad: Casos rurales exitosos*. Chile: Centro de Innovación para el Desarrollo.
- El Telégrafo. (02 de Diciembre de 2013). Pequeños negocios, gran potencial. La clave de las Mipymes.
- El Telégrafo. (16 de Julio de 2015). Las Pymes aportan el 25% del PIB no petrolero.
- Giménez, J. (2014). *¿Qué es emprender?* Venezuela: Promoción de la Cultura emprendedora en la Universidad Yacambú.

- Griffiee, R. (2017). *5 Key Factors That Influence Entrepreneurship*. Chron Hearst .
- Gualotuña, M. (2011). *Análisis de la situación de las PYMES ubicadas en la ciudad de Quito y su apertura a mercados internacionales*. Quito : Universidad Politécnica Salesiana sede Quito .
- Gutiérrez, A., & Morquecho, J. (2010). *NIF para PYMES: Provisiones y contingencias*. Cuenca: Universidad de Cuenca .
- Hernández, S. (2013). *Marco Metodológico: Población y muestra*. México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Herrera, E., Medina, F., & Naranjo, L. (2012). *Tutoría de la Investigación científica*. Quito: Gráficas Corona.
- INEC. (2015). *Directorio de empresas y establecimientos*. Ecuador en cifras. Recuperado el 18 de Septiembre de 2017, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2015/Principales_Resultados_DIEE2015.pdf
- Karadag, H. (2016). The Role of SMEs and Entrepreneurship on Economic Growth in Emerging Economies within the Post-Crisis Era: an Analysis from Turkey. *Journal of Small Bussiness and Entrepreneurship Development*, 29-30.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: PEARSON EDUCACIÓN. Recuperado el enero de 2018, de https://profdariomarketing.files.wordpress.com/2014/03/marketing_kotler-armstrong.pdf
- Kruja, A. (2013). “The Contribution of SMEs to the Economic Growth (Case of Albania)”, *Revista Euroeconómica*, 7.
- Laguna, C. (2014). *Correlación y regresión lineal*. Aragón: Instituto Aragonés de Ciencias de la Salud.
- Levy, A. (2015). *Dinámica empresarial*. Slideshare.

- Luna, J. (2012). *Influencia del capital humano para la competitividad de las PYMES en el sector manufacturero*. Celaya: Universidad de Celaya.
- Lupiáñez, L., Priede, T., & López, C. (2014). El emprendimiento como motor del crecimiento económico. *Boletín económico ICE*(3048).
- Martínez, R., & Rodríguez, E. (2012). *Manual de Metodología de la Investigación Científica*. Italia: CIELAM.
- Ministerio de Industrias y Productividad . (2012). *Ministerio de Industrias destaca actividad de las Pymes en la economía ecuatoriana*. Quito .
- Monteferrer, D. (2013). *Fundamentos del marketing*. UNIVERSITAT JAUME. Recuperado el Enero de 2018, de <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>
- Narin, K. (2016). *What's the importance of entrepreneurship to the economy of a country?* Quora.
- Nayab, N. (2012-2016). *Factors Having an Impact on Starting and Operating a Business*. Bright Hub Inc.
- Nwokike, F. (2017). *Impact of Entrepreneurship on the Economy of a Country*. The total Entrepreneurs.
- OIT. (2015). *Pequeñas y medianas empresas y creación de empleo decente y productivo*. Ginebra: Conferencia Internacional del Trabajo.
- Orlandi, P. (2015). *Las Pymes y su rol en el comercio internacional*. Buenos Aires : CEDEX.
- (2013-2017). *Plan Nacional de Buen Vivir*. Quito: República del Ecuador . Obtenido de https://www.unicef.org/ecuador/Plan_Nacional_Buen_Vivir_2013-2017.pdf
- Rodríguez, E. (2012). *Planificación. programación y control de la producción*. Carabobo, Venezuela: Universidad de Carabobo.
- Sales, R., & Chávez, J. (2016). *O método analítico-sintético de Julius Kaiser: um pioneirismo para o tratamento*. Brasil: Universidade Federal Fluminense.

- Scrap, P. (2016). *Ciclo de vida del producto*. Blogger.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2010). Propuesta de Desarrollo y Lineamientos para el Ordenamiento Territorial. *Agenda Zonal para el Buen Vivir*.
- Secretaría Nacional de Planificación y desarrollo. (2013). *Proyecto: Fomento de las MIPYMES Ecuatorianas*. Ecuador: Ministerio de Industrias y Productividad .
- Senplades. (2015). *Agenda Zonal 3*. Ecuador: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Recuperado el marzo de 2018, de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/Agenda-zona-3.pdf>
- SENPLADES . (2009-2013). *Plan Nacional del Buen vivir*. Quito: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.
- Seth, S. (2015). *Why Entrepreneurs Are Important for the Economy*. Investopedia Academy.
- Steinwascher, W. (2012). *Grandes Pymes*. España : Escuela de Organización Industrial del Gobierno de España.
- Tobles, C. (2012). *Fundamentos de administración financiera*. Tlalnepantla, Estado de México: RED TERCER MILENIO S.C.
- Torroba, L. (2014). *Factores clave en el desarrollo del emprendimiento*. Madrid : Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Pontificia Comillas ICAI-ICADE.
- UNICEF Ecuador. (2013-2017). *Plan Nacional del Buen vivir*. Quito: Consejo Nacional de Planificación. Obtenido de https://www.unicef.org/ecuador/Plan_Nacional_Buen_Vivir_2013-2017.pdf
- Villacreses, M. (2013). *Análisis, crecimiento y evolución del perfil financiero de las Pymes en el sector manufacturero para el periodo 1997-2009 en la provincia del Guayas*. Quito: Universidad San Francisco de Quito.

- Wang, Y. (2016). What are the biggest obstacles to growth of SMEs in developing countries? – An empirical evidence from an enterprise survey. *Science Direct*, 174-175.
- Yu Lee, M. (2016). Desafíos actuales de las PYMES. *Boletín Economía & Pymes*, 24.
- Zuñiga, L., Espinoza, R., Campos, H., Tapia, D., & Muñoz, M. (2016). Una mirada a la globalización: PYMES Ecuatorianas. *Revista de Economía Latinoamericana* , 12-13.
- Zúñiga, X., Espinoza, R., Campos, H., Tapia, D., & Muñoz, M. (2016). Una mirada a la globalización: PYMES ecuatorianas . *Eumed* .

ANEXOS

Anexo 1. Formato de la encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS
CUESTIONARIO SOBRE DINÁMICA EMPRESARIAL Y
EMPRESARIADO



Objetivo: Indagar la dinámica empresarial y el emprendimiento como factor determinante en el desarrollo del ciclo de vida de las PYMES de la zona 3

INSTRUCCIONES:

- Lea detenidamente las preguntas
- Marque con una X en la respuesta que considere pertinente
- Sea objetivo e imparcial en su respuesta

I. INFORMACIÓN GENERAL

- 1.1. Género Masculino Femenino
- 1.2. Instrucción Primaria Secundaria Superior Otros
- 1.3. Edad del emprendedor
- 1.4. Tipo de PYMES
- 1.4. Cargo que ocupa
- 1.5. Tiempo que labora en la empresa
- 1.6. Funciones que desempeña

II. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

2.1. ¿Qué lo motivó a aperturar la empresa?

<input type="checkbox"/>	Oportunidad
<input type="checkbox"/>	Intuición
<input type="checkbox"/>	Necesidad
<input type="checkbox"/>	Conocimiento técnico
<input type="checkbox"/>	Pérdida de fuente de trabajo
<input type="checkbox"/>	Otro ¿Cuál?

2.2. ¿Contaba con experiencia previa para la gestión de la PYME?

<input type="checkbox"/>	Sí ¿Por qué?
<input type="checkbox"/>	No ¿Por qué?

2.3. ¿Cómo obtuvo el capital inicial para desarrollar la empresa?

<input type="checkbox"/>	Capital propio
<input type="checkbox"/>	Capital familiar (patrimonio)
<input type="checkbox"/>	Capital ajeno (financiamiento)
<input type="checkbox"/>	Conocimiento técnico
<input type="checkbox"/>	Otro ¿Cuál?

2.4. ¿Cuáles son las fuentes de financiamiento que empleó generalmente?

<input type="checkbox"/>	Financiamiento Bancos
<input type="checkbox"/>	Financiamiento público
<input type="checkbox"/>	Financiamiento por cooperativas
<input type="checkbox"/>	Otras fuentes sin garantía

2.5. ¿Cuál es el destino de los créditos obtenidos?

<input type="checkbox"/>	Estudio de mercado
<input type="checkbox"/>	Maquinaria, equipo
<input type="checkbox"/>	Remodelaciones
<input type="checkbox"/>	Capacitación de talento humano
<input type="checkbox"/>	Pago de deudas

	Investigación
--	---------------

2.6. ¿Cuáles son los principales destinos para la venta de los productos de su empresa?

	Mercado local
	Mercado nacional
	Mercado internacional
	Otro ¿Cuál?

2.7. ¿Cuáles son sus principales clientes?

	Mayoristas
	Minoristas
	Intermediarios
	Consumidores finales

2.8. ¿Cómo calificaría el nivel de competitividad de la empresa?

	Excelente
	Muy bueno
	Bueno
	Regular
	Malo

2.9. ¿Considera que el cambio respecto a tecnología y desarrollo de la empresa ha sido?

	Excelente
	Muy bueno
	Bueno
	Regular
	Malo

2.10. ¿Considera que la empresa en los últimos años ha logrado una estructura organizacional e imagen corporativa?

	Excelente
	Muy bueno
	Bueno
	Regular
	Malo

2.11. ¿Cuál ha sido el comportamiento de la empresa en los últimos años?

	Excelente
	Muy bueno
	Bueno
	Regular
	Malo

2.12. ¿En qué porcentaje considera que la empresa ha crecido?

	De 0% a 25%
	De 26% a 50%
	De 51% a 75%
	De 76% a 100%

2.13. ¿Cuáles considera usted son las principales limitantes/barreras externas que impiden el desarrollo de su empresa?

	Inexistencia de políticas crediticias accesibles
	Alto nivel de competitividad
	Bajo nivel asociativo

2.14. Cuales considera usted son las principales limitantes/barreras internas que impiden el desarrollo de su empresa

	Administrativa organizacional
	No contar con estrategias operativas innovadoras
	Carencia de recurso humano y técnico especial

2.15. Considera que se requiere mayor promoción hacia los diferentes programas de apoyo y asociatividad para las PYMES

	Sí	¿Por qué?
	No	¿Por qué?

Anexo 2: Encuesta

INFORMACIÓN GENERAL

b) Género

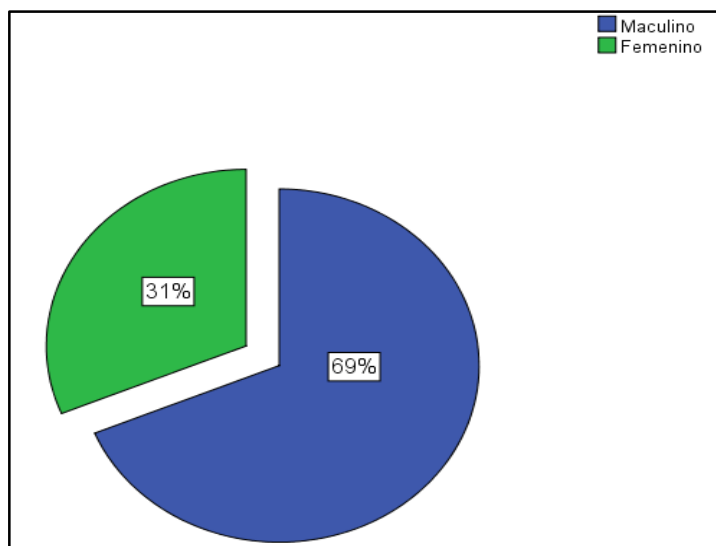


Figura 12 Género del emprendedor

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

c) Instrucción

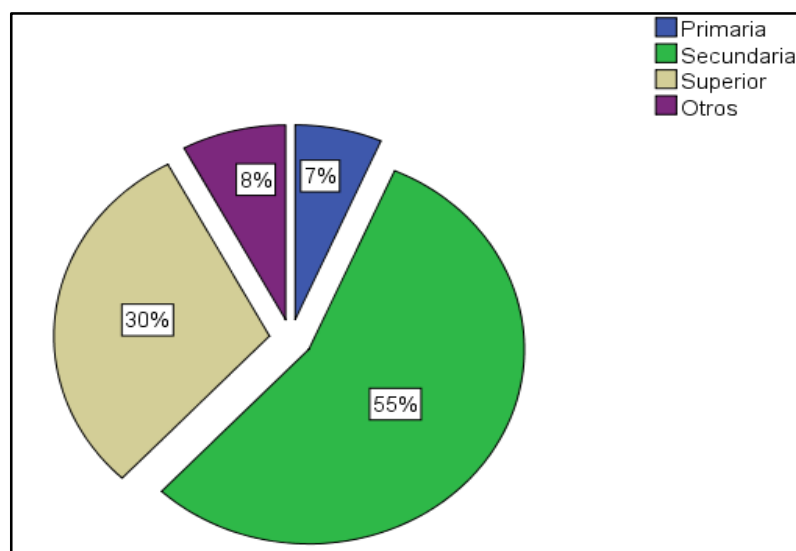


Figura 13 Instrucción

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

d) Edad del emprendedor

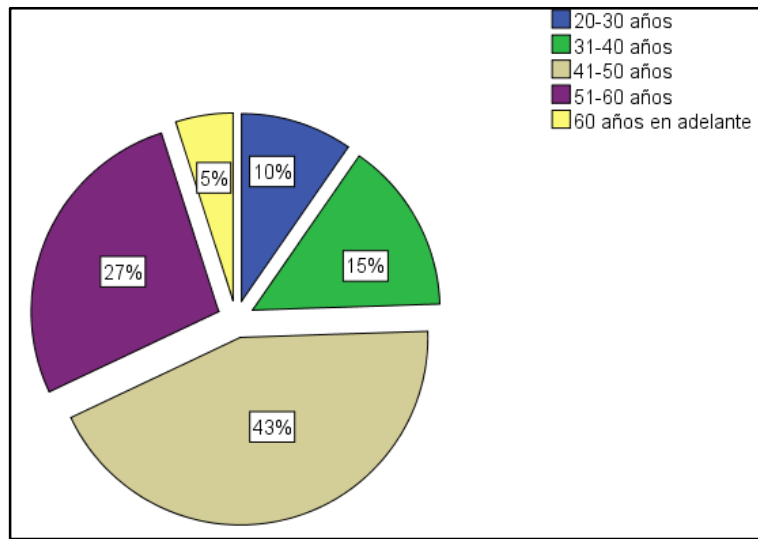


Figura 14 Edad del emprendedor
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

b) Tipo de PYME

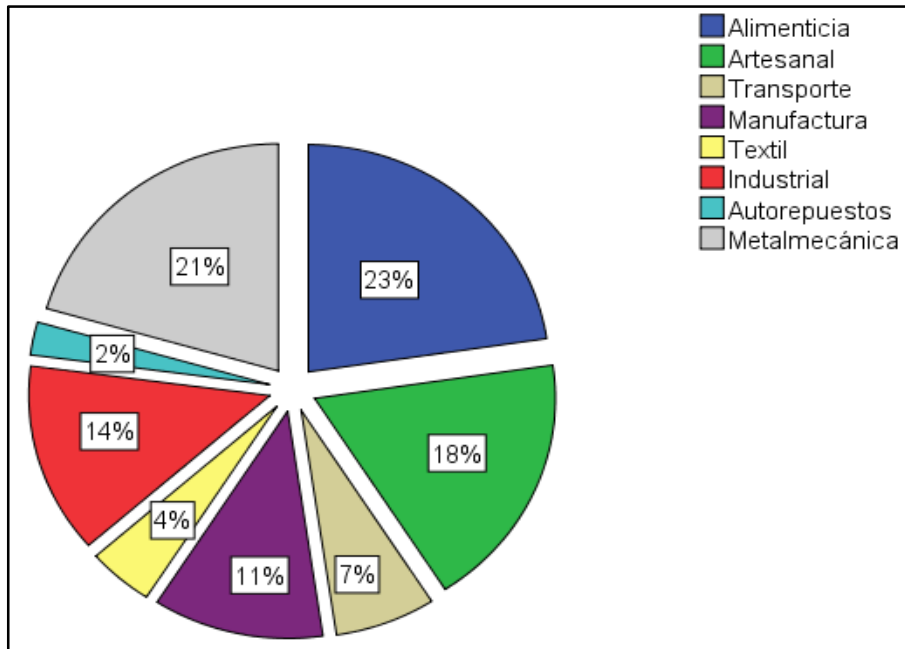


Figura 15 Tipo PYME
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

1. ¿Qué lo motivó a aperturar la empresa?

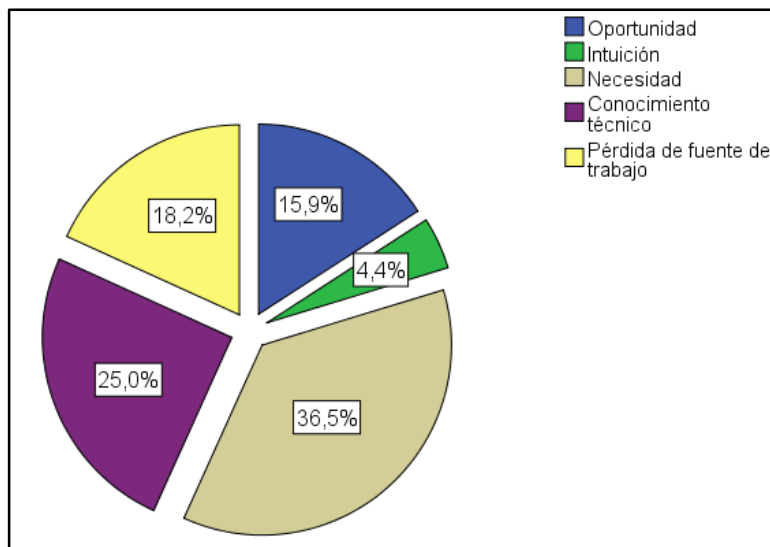


Figura 16 Motivo para aperturar la empresa

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

2. ¿Contaba con experiencia previa para la gestión de la PYME?

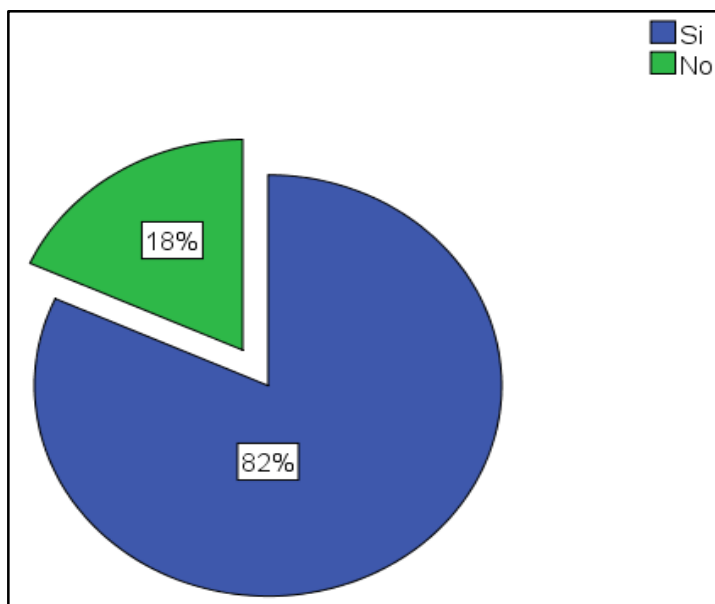


Figura 17 Experiencia previa

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

3. ¿Cómo obtuvo el capital inicial para desarrollar la empresa?

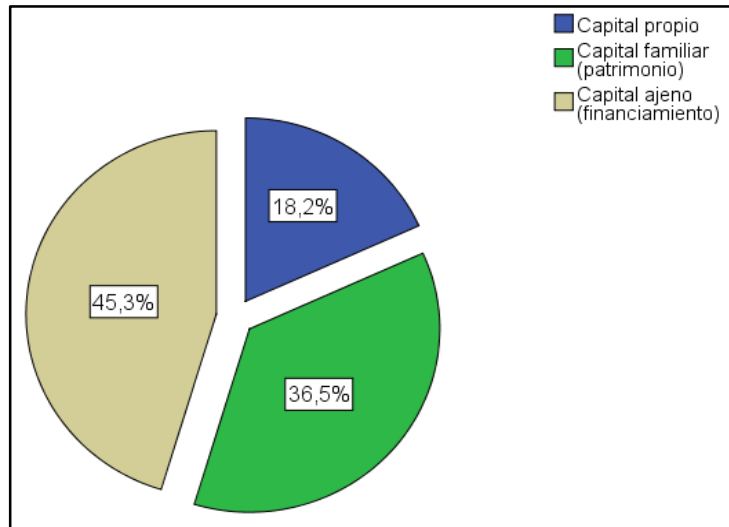


Figura 18 Obtención del capital

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

4. ¿Cuáles son las fuentes de financiamiento que empleó generalmente?

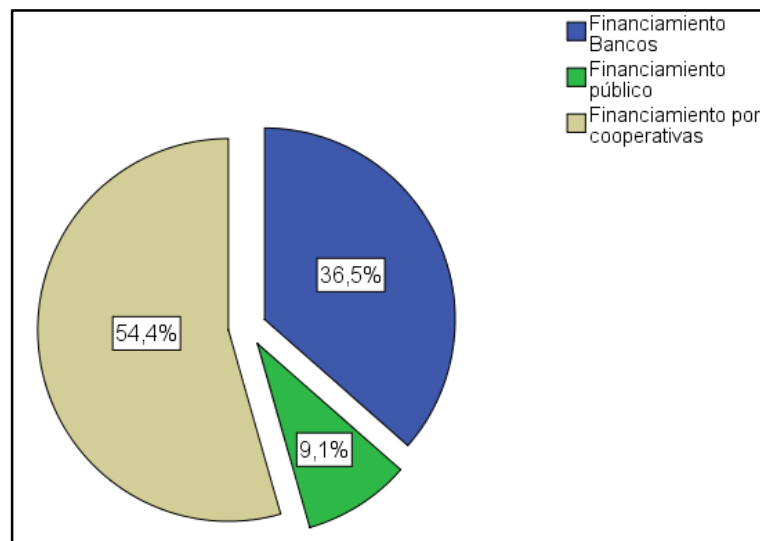


Figura 19 Fuentes de financiamiento

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

5. ¿Cuál es el destino de los créditos obtenidos?

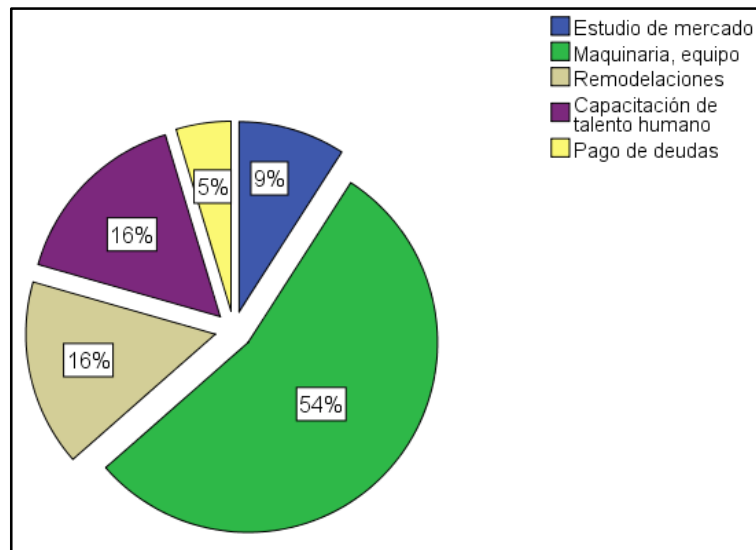


Figura 20 Destino de los créditos

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

6. ¿Cuáles son los principales destinos para la venta de los productos de su empresa?

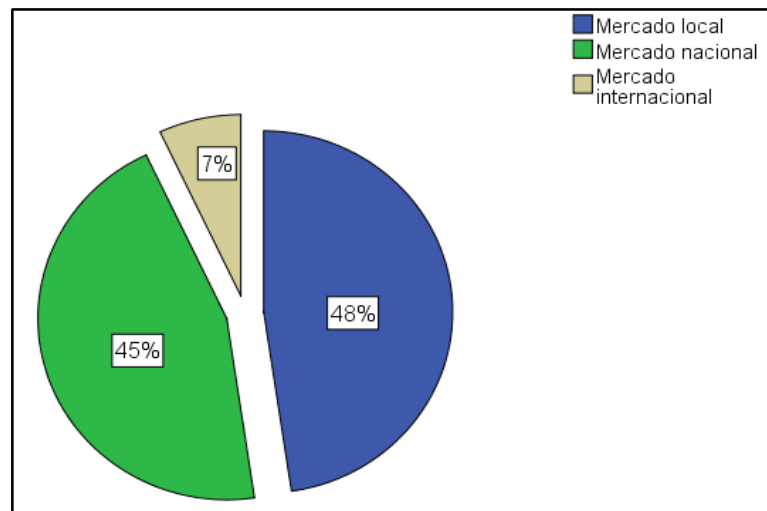


Figura 21 Destino para la venta de los productos

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

7. ¿Cuáles son sus principales clientes?

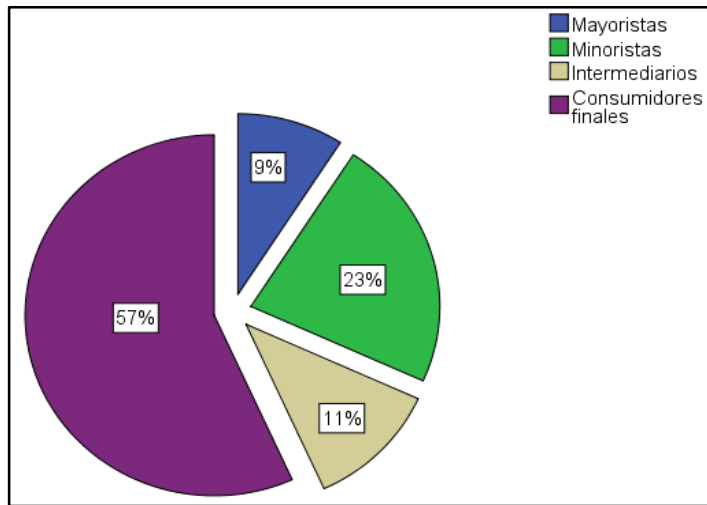


Figura 22 Principales clientes

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

8. ¿Cómo calificaría el nivel de competitividad de la empresa?

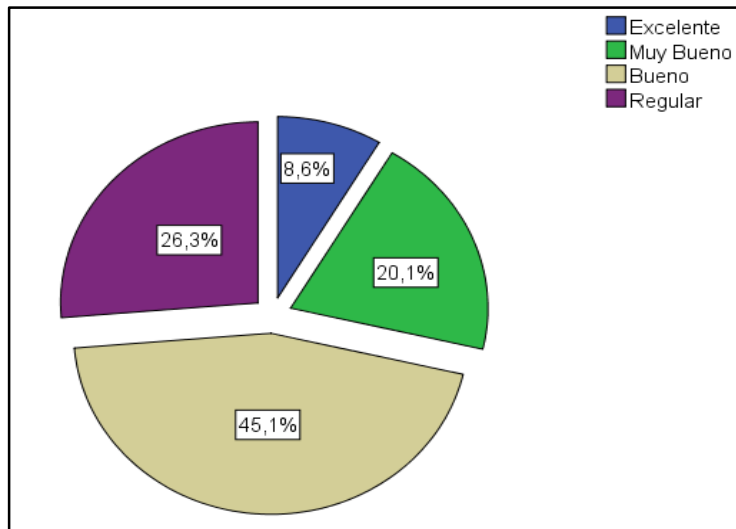


Figura 23 Nivel de competitividad de la empresa

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

9. ¿Considera que el cambio respecto a tecnología y desarrollo de la empresa ha sido?

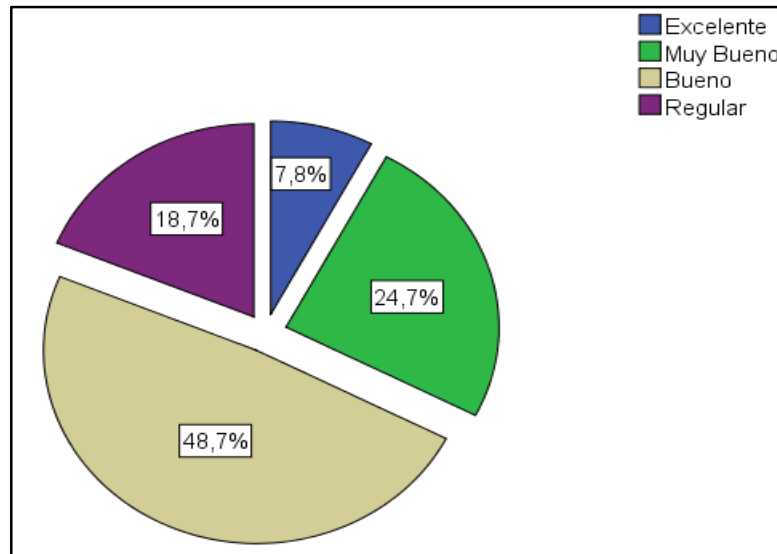


Figura 24 Cambio respecto a tecnología y desarrollo de la empresa
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

10. Considera que la empresa en los últimos años ha logrado una estructura organizacional e imagen corporativa?

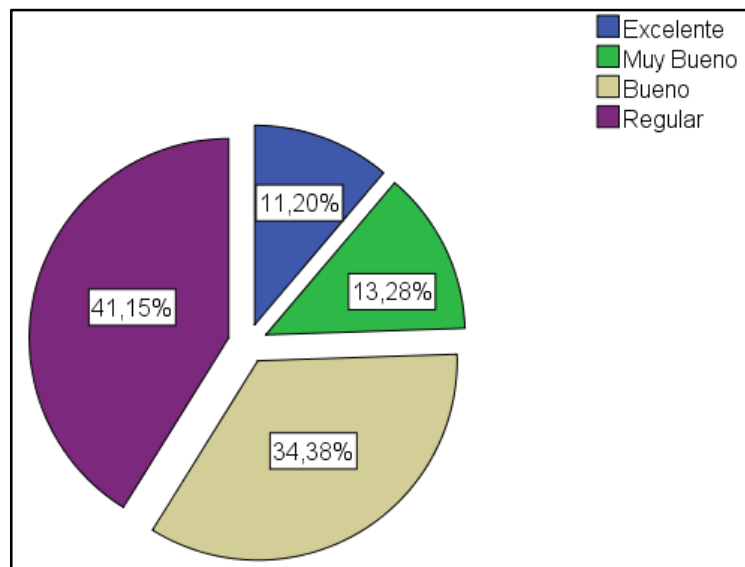


Figura 25 Estructura organizacional e imagen corporativa
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

11. ¿Cuál ha sido el comportamiento de la empresa en los últimos años?

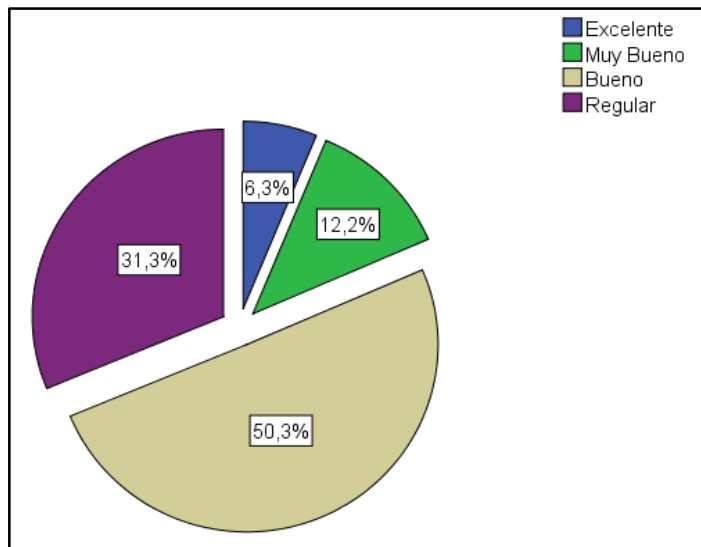


Figura 26 Comportamiento de la empresa en los últimos años

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

12. ¿En qué porcentaje considera que la empresa ha crecido?

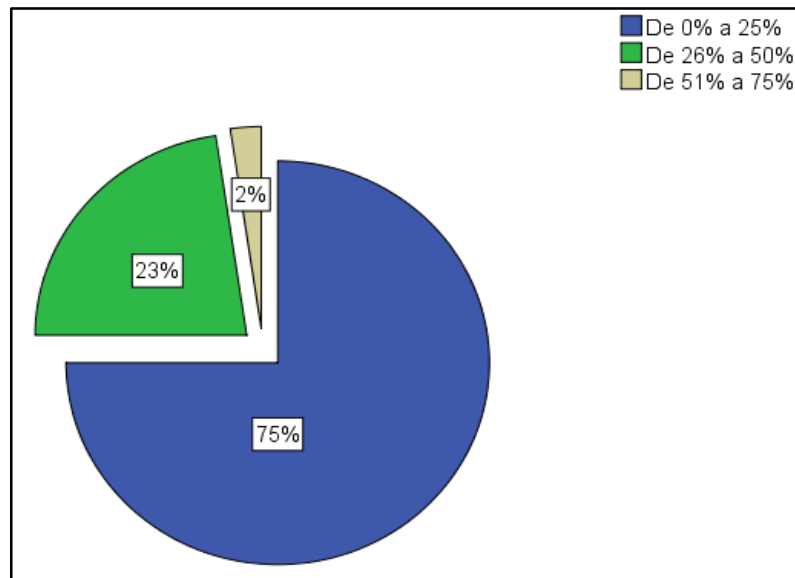


Figura 27 Porcentaje que la empresa ha crecido

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

13. ¿Cuáles considera usted son las principales limitantes/barreras externas que impiden el desarrollo de su empresa?

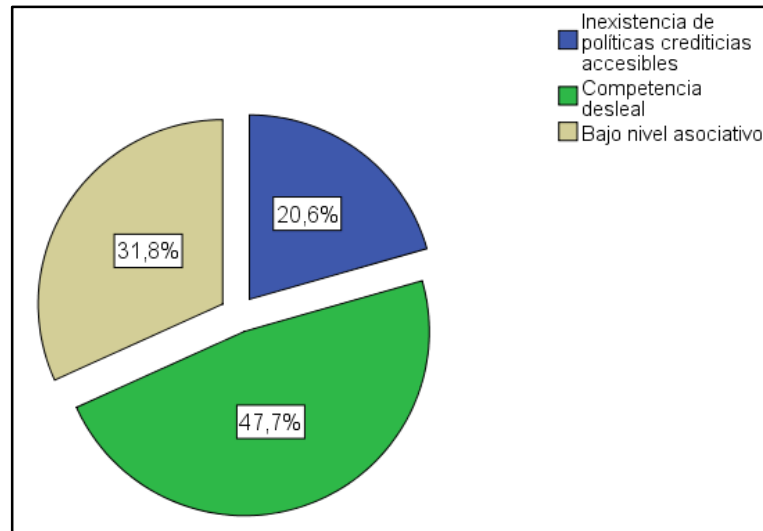


Figura 28 Principales limitantes/barreras externas que impiden el desarrollo

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

14. ¿Cuáles considera usted son las principales limitantes/barreras internas que impiden el desarrollo de su empresa?

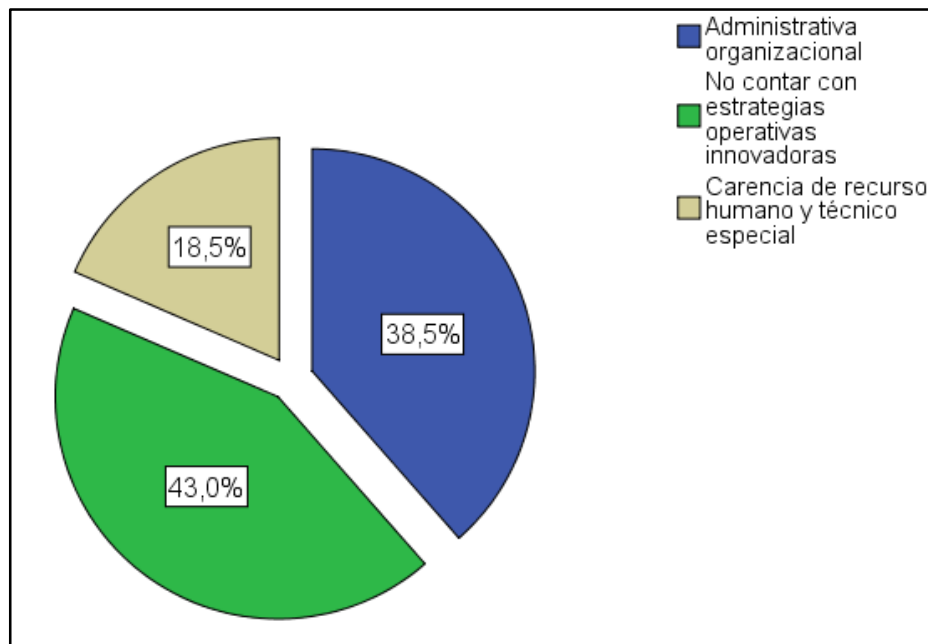


Figura 29 Principales limitantes/barreras internas que impiden el desarrollo

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)

15. ¿Considera que se requiere mayor promoción hacia los diferentes programas de apoyo y asociatividad para las PYMES?

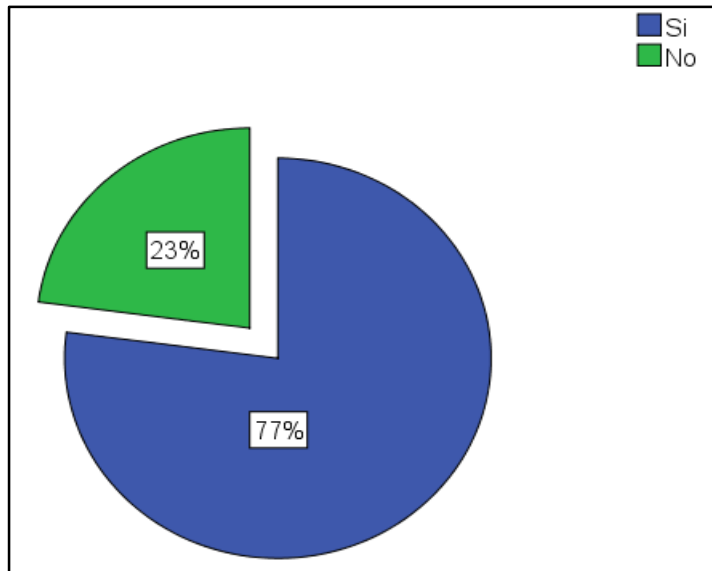


Figura 30 Promoción hacia los diferentes programas de apoyo y asociatividad para las PYMES

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Villalba & Villacís (2017)