

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 Licenciadas de Empresas

TEMA: “La relación ganar-ganar entre las empresas ancla y microempresas basadas en el mutualismo de los insectos”

AUTORAS:

Joselyn Ivette Hidalgo Cevallos

Nathaly Coralía Sánchez Galindo

TUTOR: Eco. Mg. Ángel Enrique Chico Frías

AMBATO – ECUADOR

Enero 2022



APROBACIÓN DEL TUTOR

Eco. Ángel Enrique Chico Frías

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**La relación ganar-ganar entre las empresas ancla y microempresas basada en el mutualismo de los insectos**” presentado por las señoritas **Joselyn Ivette Hidalgo Cevallos** y **Nathaly Coralía Sánchez Galindo** para optar por el título de Licenciadas de Empresas, **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, 5 de enero del 2022

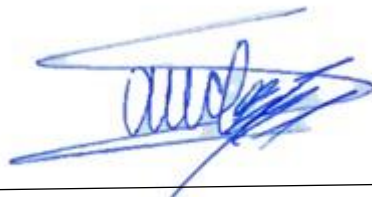
Eco. Ángel Enrique Chico Frías
C.I.: 1802645828

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotras, **Joselyn Ivette Hidalgo Cevallos** y **Nathaly Coralía Sánchez Galindo**, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciadas de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Joselyn Ivette Hidalgo Cevallos
C.I: 1850358043



Nathaly Coralía Sánchez Galindo
C.I: 1804963260

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE 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.

Eco. Mg. Luis Fabricio Lascano Pérez
C.I.: 1803521945

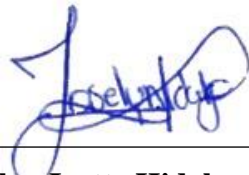
Lic. Mg. Mario Patricio Padilla Martínez, PhD
C.I.: 0501298269

Ambato, 5 de enero del 2022

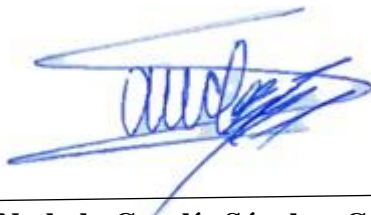
DERECHOS DE AUTOR

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 de investigación con fines de difusión pública, además aprobamos la reproducción de este proyecto de investigación 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.



Joselyn Ivette Hidalgo Cevallos
C.I: 1850358043



Nathaly Coralía Sánchez Galindo
C.I: 1804963260

DEDICATORIA

Quisiera dedicar este trabajo de investigación a nuestro padre celestial, que me brindó fortaleza, sabiduría y refugio, iluminó mi camino por el sendero del bien y ha puesto personas que han sido las herramientas para poder culminar esta meta.

A mi padre, Mauricio Hidalgo que alienta mis proyectos y me brinda su apoyo incondicional con dedicación y comprensión, la cual me ayuda a ser una mejor persona.

A mi madre Isabel Cevallos que siempre visionó con nuestro futuro y me ayuda a salir adelante, con su amor, consejos, sacrificio y esmero.

A mis hermanos Brigitte y Drake quienes son mi motor para despegar muy alto y ser el sendero que guie su camino en este hermoso recorrido estudiantil, demostré que con mucho sacrificio y esfuerzo se cumplen los sueños.

A mis abuelitos y demás familiares que supieron encender la luz de la sabiduría con sus consejos, ejemplo que me han brindado el abrigo y cariño.

Joselyn Hidalgo

Dedicado a Dios por darme la salud y vida para completar mis metas y sueños.

A mi madre querida Gladys por sus enseñanzas y amor, a mi hermano Mauricio por inspirarme cada día con su ejemplo y a mi tío Hugo por poner su fe en mí.

A mis queridos docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas por brindarme su apoyo en este largo y bondadoso viaje hacia el éxito educacional.

Con profundo amor y cariño a mis amigos y confidentes María Fernanda López, Carlos Beltrán, Andrés López, Eduardo Aldás y Fabricio Brito ♥.

A mi mejor amiga y razón de vida Joselyn Hidalgo por ser el motor de impulso que me inspiró a superarme y ser cada día mejor.

Nathaly Sánchez

AGRADECIMIENTO

Al creador máximo del universo, por este trayecto de vida lleno de salud, prosperidad, tiempo y oportunidad de cumplir con mis objetivos.

A la Facultad de Ciencias Administrativas, que ha sido mi hogar durante 5 años, contribuyeron a mi formación profesional y personal, proporcionándome las mejores experiencias.

Al Eco. Enrique Chico, que apoyó el fundamento de este proyecto desde el primer instante, demostrando su compromiso y entusiasmo.

Y mi más profundo agradecimiento a mi mejor amiga Nathaly Sánchez, que confió en nuestras capacidades para poder sacar adelante este proyecto y por el carrusel de emociones experimentadas a lo largo de la carrera, al fin puedo decir que hemos cumplido con la promesa, vernos triunfar juntas.

Joselyn Hidalgo

Un gran agradecimiento a Dios por darme los mejores momentos de esta etapa trascendental en mi vida. A mis abuelos, padres, hermanos, tíos y familiares por ser un gran impulso para superarme cada día y lograr mis objetivos con determinación.

A nuestro docente tutor Eco. Enrique Chico por confiar en nuestra capacidad y explotar nuestro conocimiento con su sabiduría y trabajo constante.

A todos los docentes que fueron parte de mi recorrido académico por la facultad por su sabiduría, complicidad y confidencialidad.

A mi mejor amiga Joselyn, por ser el roble de nuestro trabajo de tesis y por siempre sembrar la semilla de la sabiduría y razón en mí, además de ser mi fiel acompañante por los momentos más claros y sombríos que correspondieron a estos años universitarios. Ahora, vamos por más.

Gracias totales.

Nathaly Sánchez

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	iv
DERECHOS DE AUTOR	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO	viii
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
ABSTRACT.....	xv
A. CONTENIDOS	1
CAPÍTULO I.- MARCO TEÓRICO	1
ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	1
SECTOR PRIMARIO	10
SECTOR SECUNDARIO	11
SECTOR TERCIARIO	12
Ejemplos de empresas ancla.....	36
2. Relaciones bióticas.....	41
OBJETIVOS.....	68
CAPÍTULO II.- METODOLOGÍA	69
2.1. MATERIALES.....	69
2.2. MÉTODOS.....	69
CAPÍTULO III.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN	72
3.1. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	72
3.2. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	90
CAPÍTULO IV.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	93
3.1. CONCLUSIONES	93
4.2. RECOMENDACIONES	94

C. MATERIALES DE REFERENCIA	96
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	96
Bibliografía.....	96
ANEXOS.....	109

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Condiciones específicas para la asociatividad	2
Figura 2 Resolución de problemas del modelo asociativo	2
Figura 3 Principales características de la asociatividad	4
Figura 4 Etapas de la Asociatividad	5
Figura 5 Tipos de relaciones dentro de la asociatividad.....	6
Figura 6 Método Harvard de negociación	18
Figura 7 Efecto Ganar-Ganar	23
Figura 8 Estrategias ganar- ganar	25
Figura 9 Explicación empresa ancla.....	28
Figura 10 ¿Qué se necesita para un negocio inclusivo?	29
Figura 11 Estrategia impulsada por el Tipo o Categoría del mercado	30
Figura 12 Estrategia impulsada por la clase de Usuario/Cliente	32
Figura 13 Tipos de relaciones bióticas	43
Figura 14 Relaciones interespecíficas	44
Figura 15 Competencia interespecífica	47
Figura 16 Proceso de Matriz de doble entrada	66
Figura 17 Diagrama de Pareto Insectos.....	79
Figura 18 Diagrama de Pareto Empresas	89

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 PIB sector económico primario/ tasa de variación	10
Tabla 2 PIB sector económico secundario/ tasa de variación.....	11
Tabla 3 PIB sector económico terciario/ tasa de variación.....	12
Tabla 4 Relación Hormiga – Pulgón	61
Tabla 5 Relación Hormiga – Oruga.....	63
Tabla 6 Relación Abeja y Planta Angiosperma.....	64
Tabla 7 Relación Hormiga-Pulgón	72
Tabla 8 Relación Hormiga-Oruga	74
Tabla 9 Relación Abeja-Planta Angiosperma.....	75
Tabla 10 Ejemplo sumatoria de frecuencia por factor.....	77
Tabla 11 Frecuencia de Factores en Insectos	78
Tabla 12 Factores con defectos vitales y no vitales en Insectos.....	79
Tabla 13 Relación Huerto de Will-Planhofa	81
Tabla 14 Relación Covecal-Carrocerías M&L	83
Tabla 15 Relación Maxi-Ahorro-GAD de Taisha	85
Tabla 16 Ejemplo sumatoria de frecuencia por factor.....	87
Tabla 17 Frecuencia de Problemas presentados en Empresas.....	87
Tabla 18 Factores con defectos vitales y no vitales en Empresas	89
Tabla 19 Coeficiente de correlación Insectos y Empresas	91

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación se enfocó en identificar el efecto ganar – ganar entre empresas ancla y microempresas, mismo que se ve conformado por la conjunción de el Modelo de negociación de Harvard, los Negocios Inclusivos y la Asociatividad empresarial; con su similar en el reino animal conocido como Mutualismo, con el fin de generar una nueva tendencia de estudio y planeación estratégica en las empresas del mundo, mediante un estudio cuali-cuantitativo que permita demostrar estadísticamente la severidad de la propuesta mediante la medición de la frecuencia de errores que se presentan en el mundo de los insectos con la frecuencia de errores presentes en el ámbito empresarial.

Se efectuó un estudio bibliográfico que describe a detalle todo lo relevante hacia las variables de estudio y el objetivo de la presente investigación. Se explica a detalle el uso de Matriz de doble entrada, Diagrama de Pareto y Coeficiente de Correlación como metodología para demostrar la causalidad de la hipótesis planteada.

Se presentan los resultados obtenidos mediante la aplicación de un estudio bibliográfico y la aplicación de entrevistas a microempresarios, determinando que el modelo de mutualismo en los insectos tiene mayor éxito en su aplicación a diferencia del modelo de negociación de Harvard en las empresas ancla y microempresas.

Se determinan las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación de acuerdo con los resultados obtenidos en el capítulo anterior.

PALABRAS CLAVE: INVESTIGACIÓN, ASOCIATIVIDAD, MODELO DE HARVARD, EFECTO GANAR-GANAR, MUTUALISMO, EMPRESAS, MICROEMPRESAS, EMPRESAS ANCLA, INSECTOS, REINO ANIMAL.

ABSTRACT

The current research project was focused on equipping the Win-Win effect between anchor enterprises and microenterprises. In this sense it is conform by the conjunction of the Harvard bussiness model, inclusive business and the business association. Having an opposing party in the animal kingdom knowing as mutualism. The main porpuse of this study was generating a new study tendency and strategic planning in the enterprises around the world. The metodology used for this research project is based on a mixed approach having both quantitative and qualitative data. Which allowed to statistically demonstrate the severity of the proposal through the messurement of the error frequency that is presented in the insects realm, with the error frequency presented in the entreprise´s enviroment.

It was carried out a bibliographic research which deeply describes the variables investigated for this study as well as its objective. It is explained in detaill the use of the dual input matrix, Pareto´s diagram and the correlation coefficient as well as the metodology to portrey the casuality of the proposed hipotesys.

It is established the results obtained through the application of the bibliographic research and the interview administered to microenterprises. Consequently, it was determined that the mutualism model found in the realm of insects is more succesfull than the associative model at the momento of applying the Harvard business model.

Finally, chapter four determiners the conclusions and recomendations of this Project according to the analized information acquired in the previous chapter.

KEYWORDS: ASSOCIATIVITY, HARVARD BUSINESS MODEL, WIN-WIN EFECTO, MUTUALISM, ENTERPRISES, MICROENTERPRISES, ANCHOR ENTERPRISES, INSECTS REALM, ANIMAL KINGDOM.

A. CONTENIDOS

CAPÍTULO I.- MARCO TEÓRICO

ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

1.1. Asociatividad empresarial

Los autores **Murillo et al (2020)** mencionan que, la Asociatividad empresarial es conocida como un mecanismo, que permite a las organizaciones unirse voluntariamente, mediante iniciativas y recursos, que permitan el cumplimiento de objetivos en común, y cumpla el propósito de incrementar la competitividad de esta fusión dentro del mercado global.

Según **Vélez et al (2019)**, los beneficios obtenidos por la asociatividad se incorporan a la empresa de manera que permite la resolución de conflictos, reducción de costes, creando oportunidades de mejora en el posicionamiento en el mercado, incrementando de esta manera la productividad que optimicen todos los recursos mejorando la capacidad competitiva de la empresa, y las alianzas con clientes o proveedores.

Además, **Bada, Rivas, & Littlewood (2017)** mencionan que se la conoce como una agrupación coordinada en un certero grupo de organizaciones de carácter independiente, que posean recursos, información o conocimiento, para compartir esto dentro del vínculo a crear mediante relaciones de confianza, procurando de esta forma, incrementar los niveles de eficiencia y competitividad que a diferencia de cuando actuaban individualmente, ahora son objetivos reales y alcanzables.

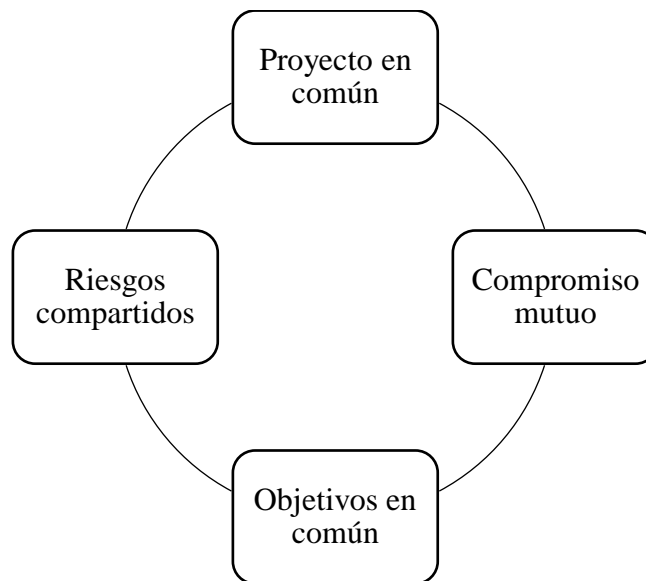
1.2. Características de la asociatividad empresarial

Para **Liendo & Martínez (2001)** asegura que con un objetivo en común, la asociatividad busca articular fuerzas entre los participantes con la finalidad de obtener las condiciones indispensables que permita la sustentabilidad, señalan entre los más importantes: proyecto en común, compromiso mutuo, objetivos comunes y riesgos compartidos sin abandonar la independencia de cada uno de los participantes (Fig. 1)

y a su vez la posibilidad de reducción de problemas (Fig. 2). En efecto, el desarrollo de modelos de cooperación empresarial, facilita a los participantes el acceso e incorporación de experiencias de otros actores reduciendo el riesgo, y la incertidumbre en la toma de decisiones (págs. 311-312).

La asociatividad debe ser una herramienta utilizada por las pequeñas y medianas empresas para afrontar la globalización, es por ello que **Ruiz (2001)**, menciona estas características sin limitar el ámbito cooperacional (Fig. 3).

Figura 1 Condiciones específicas para la asociatividad



Fuente: Liendo & Martínez (2001)

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

Todos estos factores combinadamente permitirán a las empresas llevar adelante el proceso asociativo logrando beneficios que les sería muy difícil alcanzar operando individualmente. En efecto, el desarrollo de modelos de cooperación empresarial, facilita a los participantes el acceso e incorporación de experiencias de otros actores reduciendo el riesgo y la incertidumbre en la toma de decisiones. Por otra parte, estimula la especialización, incrementa la posibilidad de establecer nuevas redes de contactos ampliando y potenciando los esfuerzos individuales (**Liendo & Martínez, 2001**).

Figura 2 Resolución de problemas del modelo asociativo

**Resolución de
problemas del modelo
asociativo**

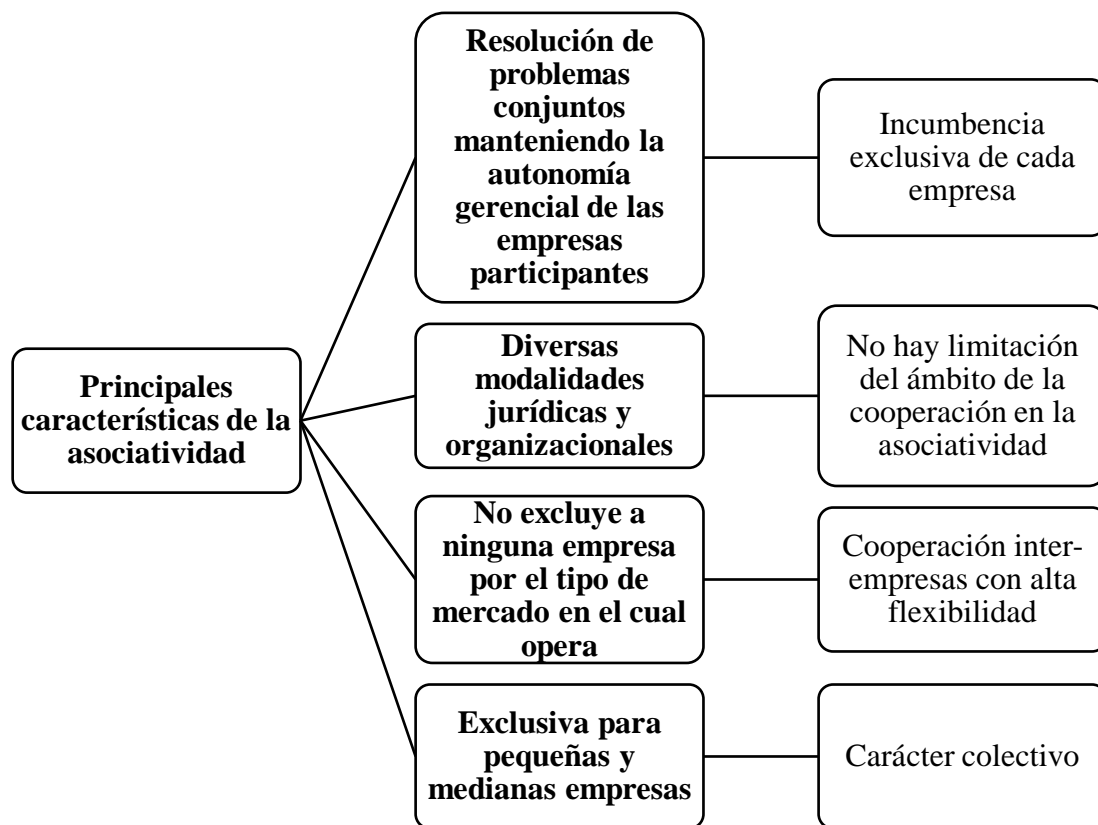
1. Reducción de costos
2. Incorporación de tecnología
3. Mejora del posicionamiento en los mercados
4. Acceso a mercados de mayor envergadura
5. Capacitación de recursos humanos
6. Incremento de la productividad
7. Acceso a recursos materiales y humanos especializados
8. Desarrollo de economías de escala
9. Disponibilidad de información
10. Captación de recursos financieros
11. Optimización de estándares de calidad
12. Desarrollo de nuevos productos
13. Ventajas competitivas
14. Mejora de las posibilidades de negociación con clientes y proveedores

Fuente: Liendo & Martínez (2001)

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

El beneficio que perciben las empresas autónomas que emplean este modelo asociativo es la resolución de problemas.

Figura 3 Principales características de la asociatividad



Fuente: Ruiz (2001)

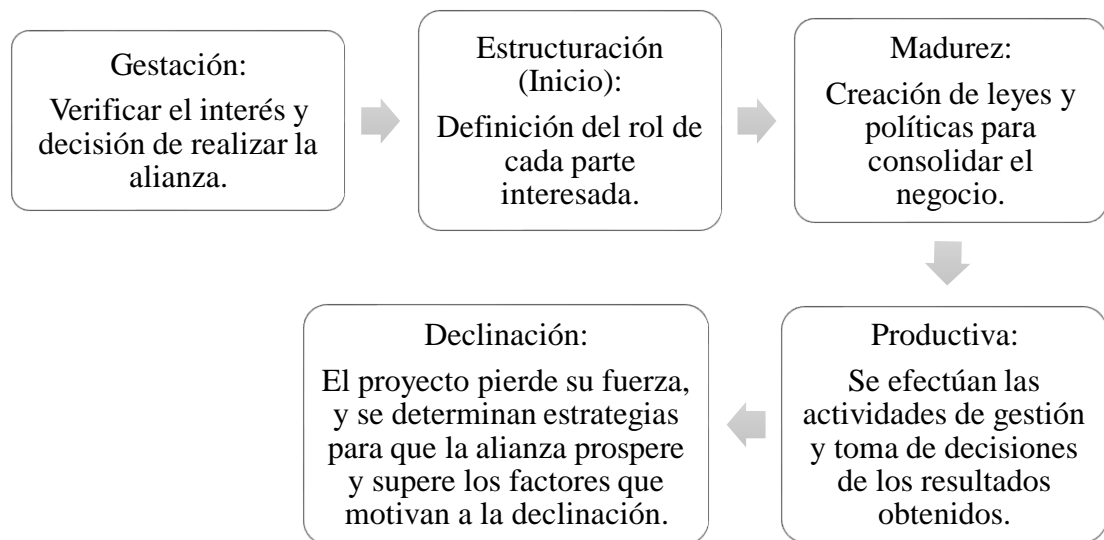
Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

Las principales características de la asociatividad se encuentran relacionadas con la resolución de conflictos, los cuales van de la mano con el interés presentado por cada parte, además de que no existen limitaciones de cooperación en la asociatividad, por una gran variedad de modalidades jurídicas. La asociatividad no limita la capacidad de sociedad de ninguna empresa por su sector al que pertenece, sin embargo dicta que esta debe mantenerse en una posición de flexibilidad. Finalmente, la asociatividad empresarial se vincula principalmente hacia pequeñas y medianas empresas, priorizando de esta manera el carácter colectivo de las mismas con el fin de que prevalezcan los intereses comunes a los individuales.

1.3. Etapas de al asociatividad empresarial

La asociatividad empresarial sigue un proceso que mejora la calidad de negocio de las partes interesadas, por lo cual este modelo sigue cinco etapas para evolucionar y formarse en una estructura sólida.

Figura 4 Etapas de la Asociatividad



Fuente: Alemán & Zambrano (2017)

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

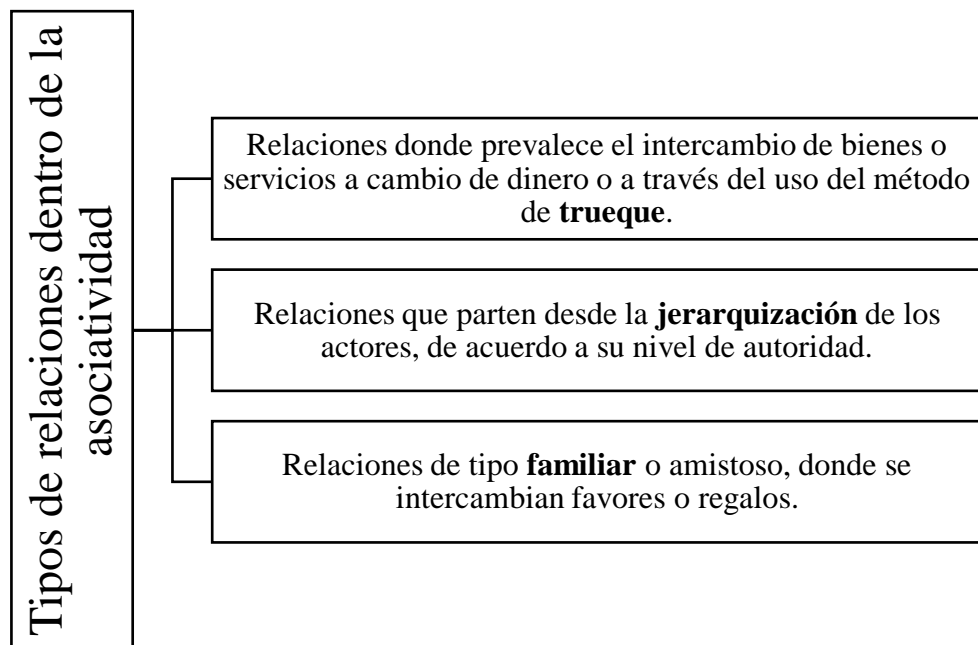
Durante el proceso de asociatividad, las empresas siguen 5 pasos fundamentales que permitirán un correcto desenvolvimiento en esta alianza estratégica, dentro de la cual, se contempla la primera etapa denominada Gestación (1), donde se verifica el interés que poseen los interesados para efectuar el contrato de alianza, pasando hacia la Estructuración (2), donde cada parte define su rol a desempeñar en esta alianza, dando paso hacia la Madurez (3), donde se consolida el negocio y se pone en pie las políticas y leyes a seguir para el cumplimiento de objetivos, siendo así, que se lleva a la etapa Productiva (4) dentro de la cual se efectúan las actividades que correspondan a la toma de decisiones para la creación de estrategias que permitan llegar a obtener

los resultados esperados. Finalmente llega la etapa de Declinación (5) donde el proyecto ejecutado pierde su fuerza inicial, siendo así que esta etapa es fundamental para continuar o detener el avance de la alianza, mediante la aplicación de estrategias que permitan la sobrevivencia del negocio.

1.4. Tipos de asociatividad empresarial

Según los autores **Guerrero & Villamar (2016)** mencionan que dentro de los elementos relacionados con el comportamiento de asociatividad, prevalece la confianza entre las partes, siendo esta una garantía de que prevalecerán las relaciones interpersonales por encima de los objetivos individuales, participando activamente en la predisposición a la toma de decisiones.

Figura 5 Tipos de relaciones dentro de la asociatividad



Fuente: Guerrero & Villamar (2016)

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

Los tipos de asociatividad empresarial son:

Los autores, **Galaso et al (2018)** mencionan que redes de cooperación son “Donde las empresas pueden racionalizar las líneas de negocio en las microempresas o crear alianzas estratégicas, donde las mismas se desarrollan exclusivamente para la investigación y desarrollo, y finalmente el adelgazamiento organizativo”.

Según **Pulgarín (2020)** las alianzas de clúster son “Funcionan como un foro constructivo y eficaz para fin de entrelazar un dialogo productivo entre proveedores y otras instituciones, reduciendo costo en las transacciones y aumenta el número de las mismas, favoreciendo a la innovación”.

Cadenas productivas: Se producen como una alternativa que incrementa la eficiencia colectiva, pues identifica las ventajas competitivas en un entorno donde exista mayor estabilidad y confianza dentro de un sector de actividad económica predefinido, teniendo como objetivo una meta fija y la meta de incrementar la competitividad en el mercado (**Martínez & Corrales, 2017**).

Según **Jimenez (2018)** un negocio inclusivo: “Se crea en la iniciativa de vincular pequeños productores y mercado dinámicos, con condiciones equitativas, generando la transferencia de confianza, innovación y desarrollo sustentable de cada uno de los participantes”.

Empresa ancla: “Se refiere a una PYME, la cual se vincula con empresas que poseen acceso a mercados diversificados, los cuales ya poseen experiencia en el mercado y se convierten en sus proveedores, así incrementando la eficiencia del negocio” (**Maldonado C. , 2021**).

Subcontratación: “Se definen como relaciones de carácter vertical, donde existen distintos eslabones en la cadena de valor, donde las MIPYMES dedican su productividad a conseguir una producción para clientes grandes” (**Silva, 2013**).

Distritos industriales: “Son grupos de empresas industriales las cuales buscan reunirse para complementarse mutuamente de forma intensiva, que permita fortalecer su capacidad competitiva mediante la aglomeración de empresas del mismo sector” (**Silva, 2013**).

Núcleos empresariales: “Formación de equipos de negocios con las mismas necesidades o problemas que buscan compartir sus experiencias y consejos a través de la conjunción para ofrecer soluciones prácticas a otros negocios” (Silva, 2013).

Redes de servicio: “Conjunción de varias personas de diferentes especialidades en la misma rama profesional, la cual cubra las necesidades de cada cliente de acuerdo a un abanico interdisciplinario de capacidades dentro de la empresa” (Silva, 2013).

Pools de compras: “Conjunto de empresas que consumen la misma materia prima, los cuales se reúnen a fin de generar un poder de negociación alto, dentro del cual se consignan descuentos o beneficios por tratos con los proveedores” (Silva, 2013).

Grupos de exportación: “Grupos de empresas que se reúnen con el fin de cumplir el proyecto de exportación de sus productos, donde un coordinador diseña estrategias que permitan establecer un negocio en el campo exterior nacional” (Silva, 2013).

Joint Venture: “Dos o más empresas que comparten sus fondos, recursos y conocimiento, con el fin de generar estrategias competitivas para cada una, manteniendo su independencia durante todo el proceso” (Silva, 2013).

Consortio: “Formalización legal de la asociación de dos o más personas con el fin de ejecutar negocios que generen cantidades benéficas de dinero, donde se pierde la individualidad y prevalece una gerencia general” (Silva, 2013).

1.5. Importancia y beneficios de la asociatividad empresarial

La importancia de la asociatividad empresarial radica y se acentúa en las PYMES, pues dentro de su caso, estas necesitan que otras empresas presentes en mercado nacionales e internacionales, puedan asesorar a otras pequeñas en vías de desarrollo, aumentando su nivel de competitividad y supervivencia en nuevos mercados (Naranjo, 2018).

La asociatividad empresarial, permite recibir diversos beneficios, estos dependiendo de la categoría en la cual se asocien, pero siempre buscan suplir la necesidad de incrementar la competitividad o lograr beneficios en relación costo beneficio de manera conjunta y equitativa, para lo cual, han de entregar sus

habilidades, experiencia y demás productos de valor, que permitan crear oportunidades como, reducir costos, incorporar tecnología e innovación, abrir paso a nuevos mercados, capacitar e innovar en procesos productivos, desarrollo de economías de escala, incremento de estándares de calidad, mejora en la relación proveedores y clientes, entre otros **(Llvisaca & Aceves, 2018)**.

1.6. Asociatividad y desarrollo local

La asociatividad empresarial es un factor importante ya que dentro de los aspectos administrativos de las entidades presentes en los territorios del país, de los cuales tras emplear ciertas herramientas, permiten un progreso en el desarrollo de las regiones. Por este medio se pueden generar cooperaciones que involucren actores de diversos sectores mediante la colectividad, la cual motive el incremento de mejora continua para fines en común mediante el uso de estrategias factibles para cada modelo de negocio **(Mora, 2020)**.

El desarrollo local se refiere a la capacidad de una población para crear estrategias que mejoren la calidad de vida de la colectividad, empleando los recursos ideales que permitan transformar los procesos que resultan en el crecimiento de la localidad, creando cambios en el entorno interno y externos de las empresas y los grupos de interés, siendo un foco de influencia que incremente la economía del país **(Barragán & Ayaviri, 2017)**.

1.7. Propuestas de actuación en la asociatividad empresarial

La supervivencia empresarial en el mercado ecuatoriano se define dentro de algunos parámetros, dentro de los cuales prevalecen, el tamaño del negocio, entre otros, por lo que se debe considerar, que mantener una relación positiva entre el tamaño y la capacidad de supervivencia en el mercado, puede asegurar una estrategia de crecimiento efectiva para mantener su estabilidad ante la presencia de nuevas empresas, las cuales buscan adaptarse rápidamente a las necesidades del entorno y además buscan la permanencia en la fidelidad de la clientela objetivo **(Moreta, 2019)**.

Una propuesta en escenario de gestión, donde la competencia dentro del mercado asociativo cree oportunidades de mejora, siendo un margen de contribución global hacia las organizaciones de bajo alcance en mercados diversificados, manteniendo su competitividad y margen de beneficio (Giraldo & Marin, 2019).

1.8. Asociatividad empresarial en Ecuador

En términos sociales, Ecuador ha atravesado varios desequilibrios internos expresándose en una prolongada recesión económica, la destrucción acelerada de empleo productivo y la drástica reducción de nivel general de precios internos. Por su parte, los desequilibrios externos se han dejado sentir por la ralentización de la economía internacional, las dificultades del comercio global por los conflictos entre las grandes potencias y la disminución de la inversión extranjera en países de desarrollo de las cuentas externas del país (García & Almeida, 2021).

El Banco Central estima un crecimiento económico de 3.1% durante 2021 por tres factores: mayor consumo en los hogares, mayor inversión privada y la llegada de remesas de migrantes (BCE, 2021).

A continuación se realiza un análisis sectorial que representa el 80% del PIB nacional.

SECTOR PRIMARIO

Tabla 1 PIB sector económico primario/ tasa de variación

Industria	2019	2020 (prev)	2021 (prev)
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	0,1	-2,9	2,7

Fuente: BCE (2021)

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

Según el Comité empresarial ecuatoriano, CEE (2021) menciona el listado de asociaciones del sector primario:

1. Asociación de exportadores de banano del Ecuador (AEBE)
2. Asociación de comercialización y exportación de banano (ACORBANEC)

3. Asociación de ganaderos de sierra y oriente (AGSO)
4. Asociación de la industria de protección de cultivos y salud animal (APCSA)
5. Asociación nacional de cultivadores de palma aceitera (ANCUPA)
6. Asociación nacional de exportadores de cacao del Ecuador (ANECACAO)
7. Asociación nacional de productores y exportadores de flores del Ecuador (EXPOFLORES)

SECTOR SECUNDARIO

Tabla 2 PIB sector económico secundario/ tasa de variación

Industria	2019	2020 (prev)	2021 (prev)
Petróleo y minas	2,4	-10,1	4,4
Manufactura (excepto refinación de petróleo)	1,5	-6,1	2,7
Construcción	-5,2	-16	-1,2

Fuente: BCE (2021)

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

Según el Comité empresarial ecuatoriano, **CEE (2021)** menciona el listado de asociaciones del sector secundario:

1. Asociación ecuatoriana de fabricantes de alimentos balanceados para animales (AFABA)
2. Asociación de empresas automotrices del Ecuador (AEADE)
3. Asociación de jóvenes empresarios del Ecuador (AJE)
4. Asociación de industriales textiles del Ecuador (AITE)
5. Asociación de industrias de bebidas no alcohólicas del Ecuador (AIBE)
6. Asociación ecuatoriana automotriz (AEA)
7. Asociación ecuatoriana de plásticos (ASEPLAS)
8. Asociación de laboratorios farmacéuticos (ALAFAR)
9. Asociación de la industria hidrocarburífera del Ecuador (AIHE)
10. Asociación nacional de fabricantes de alimentos y bebidas (ANFAB)
11. Asociación de porcicultores (ASPE)
12. Asociación de productores ecuatorianos de frutas y legumbres (APROFEL)
13. Asociación de laboratorios farmacéuticos del Ecuador (ALFE)

SECTOR TERCIARIO

Tabla 3 PIB sector económico terciario/ tasa de variación

Industria	2019	2020 (prev)	2021 (prev)
Suministro de electricidad y agua	9,4	-2	2
Comercio	-0,9	-7,8	3,6
Alojamiento y servicios de comida	2,3	-20,2	7,5
Transporte	1,1	-21	1,1
Actividades de servicios financieros	5	-0,9	0,7
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	2,9	-13,6	3,1
Enseñanza y Servicios sociales y de salud	-0,5	-4,2	1,5
Administración pública, defensa, planes de seguridad social obligatoria	-4,9	-3,2	-3

Fuente: BCE (2021)

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

Según el Comité empresarial ecuatoriano, **CEE (2021)** menciona el listado de asociaciones del sector terciario:

1. Asociación ecuatoriana de distribuidores e importadores de productos médicos (ASEDIM)
2. Asociación de casas de valores del Ecuador (ASOCAVAL)
3. ASOBANCA
4. Asociación de empresas de telecomunicaciones del Ecuador (ASETEL)
5. Asociación de compañías de seguros del Ecuador (ACOSE)
6. Asociación ecuatoriana de empresas de medicina prepagada (AEEMIP)
7. Asociación ecuatoriana de editores de periódicos (AEDEP)
8. Asociación ecuatoriana de radiodifusión (AER)
9. Asociación nacional de operadores de turismo receptivo del Ecuador (OPTUR)
10. Asociación de productores de alimentos balanceados (APROBAL)
11. Asociación de representantes de líneas aéreas en el Ecuador (ARLAE)
12. Asociación nacional de asesores productores de seguros del Ecuador (ANACSE)
13. Asociación de terminales portuarios del Ecuador (ASOTEP)

14. Asociación ecuatoriana de empresas de mensajería expresa y Courier (ASEMEC)
15. Asociación de restaurantes del Guayas

1.9. Negocio inclusivo

Para los autores **Garizabal et al (2017)** los negocios inclusivos o (NI) son una estrategia empresarial que ha tenido impacto en el sector productivo, el Estado y la sociedad civil debido a su enfoque para generar competencias en las poblaciones vulnerables propone generar microempresas de forma sostenible, obteniendo incremento de empleo con la finalidad de superar los niveles de pobreza. En función de esta nueva perspectiva los integra en estos enfoques: distribución, proveedores, socios y clientes.

Una solución que mejoraría la calidad de vida de estos grupos vulnerables es ofrecer alternativas para que los empresarios puedan ingresar en estos países y no sientan que arriesgan su inversión, estas personas de escasos recursos son vistos como consumidores netamente, y es ahí donde la incertidumbre de una visión a largo plazo se siente amenazada, pero varios autores concuerdan con que el rol con los que son vistos puede cambiar y ser sustentablemente responsables si asumen posibles cargos dentro del dinamismo de mercado, convirtiéndose en distribuidores, empleados, proveedores o socios (**Conce & Sanmartín , 2019**).

Por lo mencionado anteriormente, se define qué, negocio inclusivo es la visión de una tendencia para la erradicación de la pobreza de los grupos vulnerables de los diferentes países del mundo ya que este tema ha sido tratado como fundamento en la ONU, pero con un enfoque sustentable, para evitar que a largo plazo se sigan presentando estos problemas se propone dar las herramientas y la know how que son pilares fundamentales en el desarrollo de nuevos negocios.

1.10. Tipos de negocios inclusivos

Según la fundación **CODESPA (2017)** menciona que los negocios inclusivos se pueden dividir en tres modelos principales los cuales surgen a partir de la llamada Base de la Pirámide (BdP) y estos son:

1- Base de la pirámide como consumidores

Surge desde la perspectiva de los consumidores y sus características que definan el nivel de accesibilidad a un producto o servicio básico, por lo cual las empresas han de atender las necesidades de este clúster desde la perspectiva de un comercio viable y asequible que genere un beneficio social mediante la adaptación de precios (**CODESPA, 2017**).

2- Base de la pirámide como proveedores o distribuidores

Nace a partir del concepto de cadena de valor, puesto que incorpora a su proceso de una serie de productores de acuerdo a su requerimiento durante el proceso productivo, además de mantener una condición de intercambio de beneficios al mismo nivel mediante una relación justa y responsable con estos pequeños proveedores, los cuales a su vez han de cumplir con los requerimientos de calidad impuestos por los negocios inclusivos (**CODESPA, 2017**).

3- Base de la pirámide como colaboradores o empleados

Muchas empresas optan actualmente por la contratación de personal que pertenece a una población que vive situación de pobreza, donde el sistema de educación no solventa las necesidades requeridas para una formación profesional, por lo cual, los negocios inclusivos crean estrategias a largo plazo que permita mejorar el acceso a una plaza de trabajo digna y aumentar la calidad de vida de muchas comunidades (**CODESPA, 2017**).

1.11. Elementos en el proceso de negociación

Para el autor **Ramón (2018)** define que para lograr llegar a acuerdos de forma beneficiosa y mantener un estado involucrado de cada una de las partes de la negociación, se debe mantener un espíritu colaborador y ceder a un punto de acuerdo intermedio, basado en esto, los elementos presentes durante la negociación son:

- *Interés*: Identificación de necesidades por la cual se realiza el proceso de negociación.
- *Poder*: Nivel de influencia de cada parte de la negociación, definiendo el control de la misma.
- *Tensión*: Nivel de confianza o estado de las partes negociadoras durante el proceso de negociación.

1.12. Estrategias de la negociación empresarial

Las estrategias para negociación empresarial se dan de acuerdo a los objetivos planteados por cada una de las partes, dentro de ellas conocemos algunos tipos como son:

1. *Acomodativa (Perder-Ganar)*: Según **González et al (2020)** el negociador busca mantener las relaciones por encima de los intereses individuales, a pesar de ser una postura estratégica, no es recomendable aplicarlo, puesto que la otra parte puede percibir al negociador como débil, frágil e inseguro.
2. *Competitiva (Ganar-Perder)*: Según **González et al (2020)** el negociador posee un comportamiento agresivo, por lo cual se reconoce que ambas partes buscan ganar y no prevalece el cuidado de la relación entre ellos, pues la posición es de rivalidad y una alta agresividad pretende generar dominancia y tomar la delantera.
3. *Colaborativa (Ganar-Ganar)*: Según **González et al (2020)** busca emplear una conducta asertiva de forma que ambas partes negociadoras resulten beneficiadas mediante la cooperación, manteniendo de igual manera las relaciones a largo plazo, equilibrando finalmente los beneficios y ganancias de

las dos o más partes negociadoras procurando obtener el mayor beneficio y equidad de los resultados.

4. *Evitativa (Perder-Perder)*: Según **González et al (2020)** los negociadores no se encuentran interesados ni en encontrar resultados y tampoco buscan mantener la relación de ningún modo, donde no se encuentra ningún comportamiento de posible acuerdo y los resultados no tienden a ser ni óptimos ni rentables.

1.13. Modelo de Harvard

Según los autores **Henaio et al (2017)** menciona que la negociación hace parte del día a día entre las empresas, así mismo este tipo de actuación se presenta en el reino animal, donde tanto personas como animales buscan cubrir sus necesidades mediante el cumplimiento de objetivos en común, a continuación se presentan las características presentes tanto en el efecto ganar- ganar como en el mutualismo.

El método Harvard nace en el año de 1980, por los profesores Roger Fisher y William Ury a través de la selección de diversas metodologías las cuales fueron utilizadas por otros negociadores, este método es considerado uno de los más eficaces y la mejor alternativa a lo que se refiere en la negociación cooperativa (**Ramírez, 2014**).

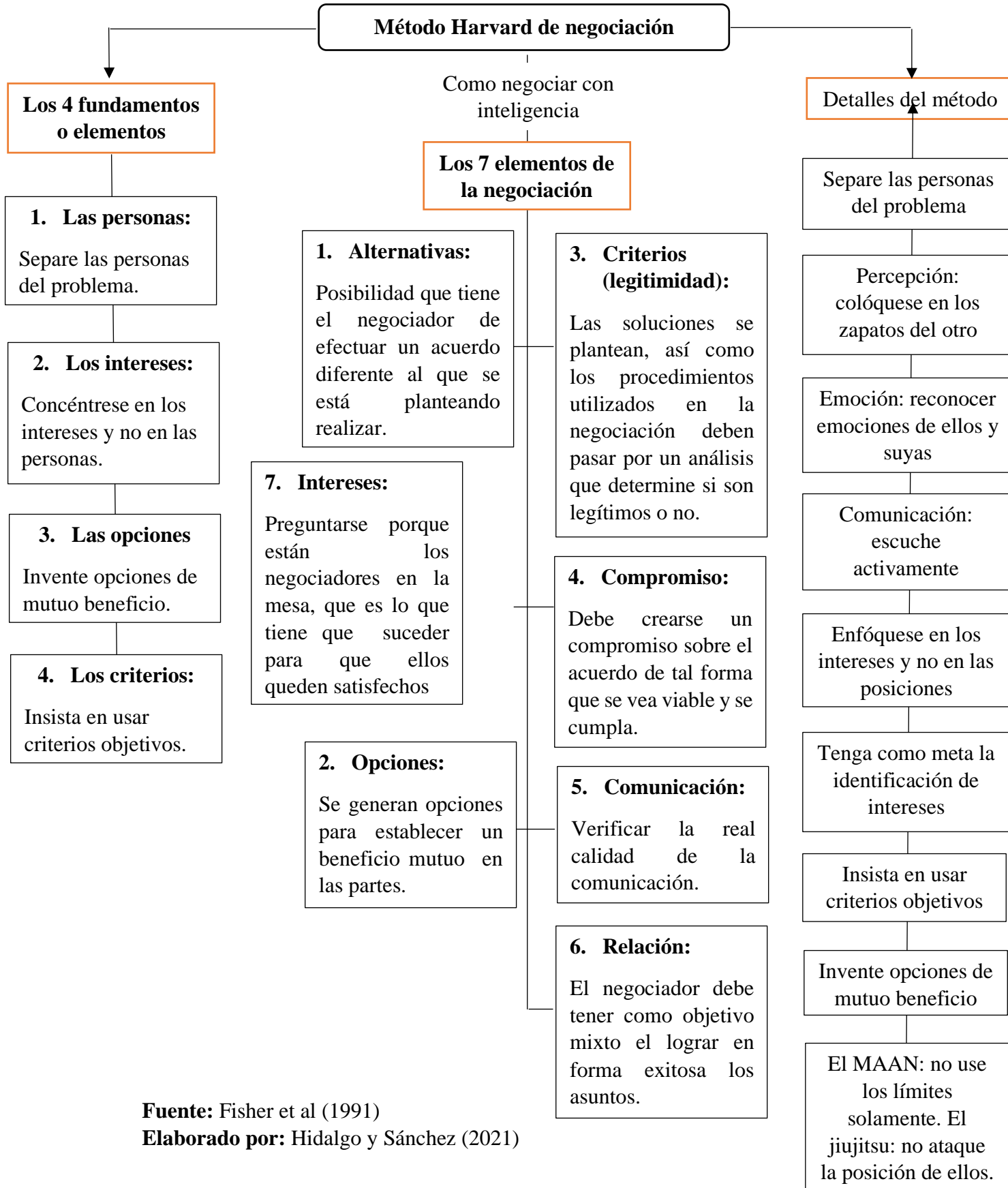
El método de negociación de Harvard en la actualidad, es utilizado por organizaciones incluso en la vida cotidiana del ser humano, para la resolución de conflictos tanto personales como de negocios, las cuales son orientadas al fortalecimiento de la estructura de la empresa (**Lucas, 2017**).

El método Harvard pretende mostrar una nueva forma de resolver los conflictos o disputas, apartándose de los métodos tradicionales y más generalmente usados que aseguraban que para poder ganar en una negociación, alguien más debe perder, es también conocido como la negociación por principios o por intereses o por méritos, en contraposición a la negociación por posiciones (**Tobón, 1997**).

Es uno de los más importantes al momento de la resolución de conflictos, ya que el objetivo de este método de negociación es de llegar a que ambas partes ganen sin perjudicarse, es decir llegando a una solución favorable, ganar- ganar (**Lucas, 2017**).

Cabe recalcar que el método de negociación, se ha desarrollado en la Universidad de Harvard lo cual es un método adaptable para todo tipo de negociación, se apoya y tiende a desarrollar un clima de confianza, credibilidad mutua entre las partes, la meta final de cada uno es llegar a un acuerdo favorable para ambos (**Lucas, 2017**).

Figura 6 Método Harvard de negociación



Fuente: Fisher et al (1991)

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

Para **Pérez (2020)** , el modelo de negociación de Harvard es aquel el cual se centra en la creación de valor tanto para uno como para el otro, por lo cual cada parte tiene que hacer concesiones o renunciar para que esto favorezca a encontrar una solución para llegar a la meta final, para lo cual se debe revelar información propia de cada parte para conocer las necesidades de cada uno y mantener un estado de comprensión bidireccional.

1.14. Características del modelo de Harvard

Para el autor **Viana (2015)** menciona que dentro del modelo de negociación se debe tomar en consideración las siguientes características que deben cumplir las partes interesadas para lograr llegar al objetivo final:

- Carácter equilibrado
- Objetivos realistas y posibles de cumplir
- Comunicación específica y concreta
- Comportamiento aceptable para las partes
- Mantener expectativas de mejora en la relación
- Redactar los acuerdos por escrito, evitando el olvido y malas interpretaciones
- Carácter colaborador para alcanzar los objetivos
- Culminar el acuerdo con un ambiente ameno y agradable.

1.15. Factores del modelo de Harvard

Minimización de riesgo

La minimización de riesgo se centra en el proceso de la búsqueda y reducción de condiciones de riesgo que existan dentro de la relación interna entre dos partes, por lo que se busca crear planes de contingencia que eviten la generación de nuevos o retornantes riesgos, adoptando un comportamiento que reduzca la amenaza y disminuya los medios por los cuales surge el riesgo y evitando pérdidas a corto y largo plazo (**Brito, 2018**).

Calidad de vida

El concepto de calidad de vida se menciona como la evaluación de forma subjetiva ante una perspectiva de carácter satisfactorio o bueno del estilo de vida previsto desde un todo, así como la apreciación del nivel de funcionamiento comparado con su percepción ideal de una vida cotidiana, presentando como prioridad los aspectos comunes como salud, alimentación, vestimenta y demás (**Ardilla, 2003**).

Estrategias

Se define a la estrategia como una suma general de las decisiones tanto acertadas como erradas acerca de las proyecciones al futuro, lo cual provee de resultados que pueden llegar a ser factibles como erróneos, siendo así un estudio detallado de los alcances de los fines de nuestro objetivos, manteniendo en pie la posición de hipótesis acerca de la evolución futura de una organización (**García, y otros, 2017**).

Ventaja competitiva individual

La ventaja competitiva individual es toda aquella característica que diferencie a una persona sobre otras, colocándola en una posición superior ante la competencia, refiriéndose a todos los atributos que la misma tenga ya sea por naturaleza o aprendizaje, lo cual potencie notablemente su posición en el rango social (**Sevilla, 2016**).

Ventaja competitiva conjunta

Los autores **Capa et al (2018)** mencionan que la ventaja competitiva organizacional, es aquella que se fundamenta a razón del valor que obtiene una empresa que es capaz de generar un valor agregado, en el cual su crecimiento es esencial para mantenerse en la relación ante los competidores, siendo así, que ellos, manejan los mismos beneficios o su equivalente en el mercado.

Sobrevivencia

La sobrevivencia va ligada directamente con el instinto del animal, puesto que este despierta los sentidos y el ingenio con el fin de procurar la protección de su vida y de los suyos por igual, siendo así, que mantienen un comportamiento programado constante, actuando automáticamente, listos para reaccionar ante una serie de efectos adversos como los depredadores (**Duque, 2017**).

Interrelación

Una interrelación se describe como la relación mutua entre dos o más elementos, donde los comportamientos son mutuos entre ellos y se define como relaciones bilaterales o multilaterales dependiendo el número de integrantes en el mismo (**TECH, 2019**).

Voluntariedad

La voluntariedad dentro del ámbito empresarial corresponde a la voluntad de dos partes o más, las cuales responden a criterios de ética y comportamientos factibles, que pongan en evidencia la interacción que tienen en conjunto con su entorno, lo cual permite la evolución de una cultura empresarial adecuada (**Rosa, 2014**).

Autonomía

Para el autor **Diaz (2017)** menciona que la autonomía es una condición caracterizada por no depender de otras personas, puesto que al hablar de autonomía empresarial, se hace alusión a la capacidad que toda empresa debe tener para atender todas sus necesidades, entre ellas, costes y gastos, bien sea por sus propios recursos o por el uso de préstamos a entidades externas, lo cual le permite llegar a su objetivo de desarrollarse en el mercado, permitiendo que la empresa sea eficiente y eficaz.

Flexibilidad de afiliación

La flexibilización se da a través del régimen de subcontratación, en la cual otras empresas destinadas a la actividad de producción, ejecutan actividades para las empresas como en la tercerización, lo cual significa la extracción de funciones que permite la expansión de mercados nacionales a internacionales, para lo cual, el subcontrato se da por tiempo determinado en función del acuerdo sostenido con la gran empresa que subcontrata (**Añez, 2016**).

Carácter colectivo

El carácter colectivo hace alusión a una comunidad de personas, las cuales se asocian por una interrelación que se ejecuta mediante el contenido social y la actividad conjunta, además de sus objetivos y valoraciones dentro de su vida social, donde la esencia de una actividad común se transforma para efectuar una satisfacción de las necesidades del grupo (**Saucedo, 2003**).

Nivel de confianza

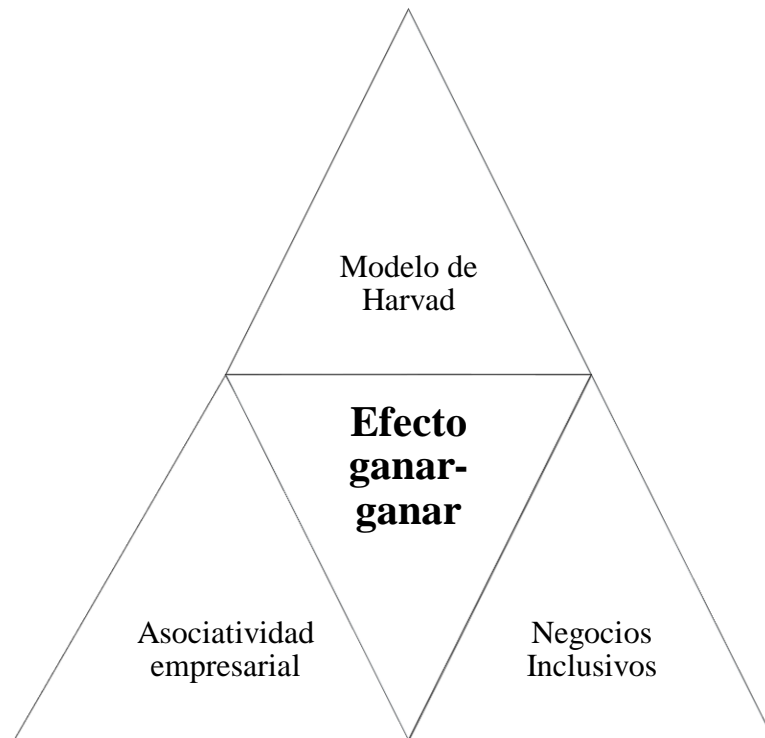
El nivel de confianza se basa en la confianza, la cual es un principio clave para la toma de decisiones llevada a cabo por los responsables de los proyectos de una empresa, además de la determinación de elecciones entre variables, además de la percepción de cada situación que se presenta (**Nicuesa, 2020**).

Crecimiento

El crecimiento empresarial hace referencia a la cantidad de productividad que tiene, siendo esta la capacidad de producir y la manera en cómo se emplearon sus recursos, siendo que la productividad, evalúa la capacidad del sistema empresarial para cumplir con los requerimientos establecidos, tomando en consideración el grado de aprovechamiento de los recursos, manteniendo un valor agregado de acuerdo a la producción de lo que el mercado necesite, consumiendo la menor cantidad de recursos posible (**Acosta & Delfín, 2016**).

1.16. Relación directa de los modelos ganar-ganar

Figura 7 Efecto Ganar-Ganar



Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

El denominado efecto ganar-ganar, surge desde el estudio de tres variables fundamentales para establecer relaciones que permitan una ganancia mutua, dentro de las cuales contemplamos el Modelo de Harvard, la Asociatividad empresarial y los Negocios Inclusivos, mismos que pretenden que dos empresas o actores procuren lograr objetivos en conjunto, además de mantener las buenas relaciones por encima de los intereses individuales, lo que permite generar lazos de negociación a largo plazo y que resulte en la generación de mayor ganancia y beneficio para cada parte pertinente.

Cada modelo que se conjunta para la generación del Efecto ganar-ganar, posee un prospecto de generar lazos de beneficio mutuo entre los microempresarios y empresas ancla desde la perspectiva de entregar un producto o servicio a cambio de un beneficio percibido por la otra parte interesada.

1.17. Efecto ganar-ganar o estrategia integrativa

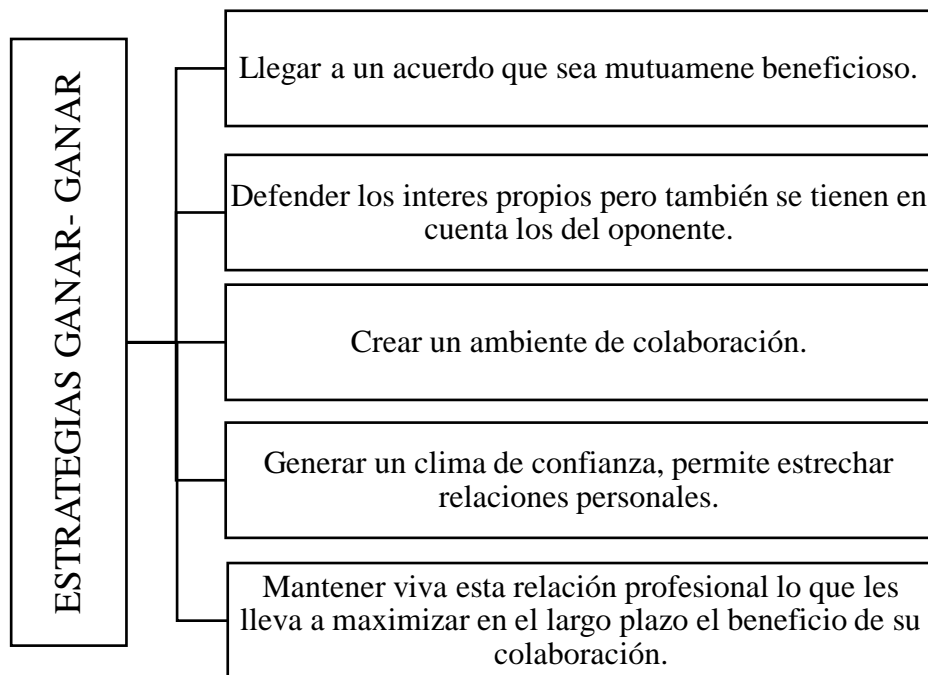
Según los autores **Marrero & Ortiz (2018)** esta estrategia denominada también Integrativa o colaborativa, busca que ambas partes de la negociación ganen, intentando llegar a un acuerdo mutuamente beneficioso, caracterizada por comprender un clima de confianza donde ante los intereses particulares se busca realizar concesiones, siendo así, que ambas partes dentro de la colaboración logren obtener un resultado óptimo cumpliendo sus objetivos.

El autor **Padilla (2019)** menciona que dentro de la negociación la relación ganar-ganar forma un vínculo que permite lograr un acuerdo donde todas las partes llegan a ganar, y para ello se busca realizar un esfuerzo conjunto, mediante el intercambio de información, lo cual permite resolver conflictos y generar ganancias, además por otro lado, se muestra como una fuente de vulnerabilidad. Mas sin embargo, la eficiencia de este tipo de negociación se verá comprometida por la deseabilidad de un buen resultado en función de la información revelada por cada parte.

Puede conseguirse a través de la negociación es que las dos o más partes consigan todas ellas sus objetivos o mejoras. Aquí lo que gane unas de las partes no implica que lo pierda la otra. Por ello, este tipo de negociaciones se suelen llamar de “ganar-ganar”, o también “de suma no 0” (**UGT, 2001, pág. 6**).

El trabajo desarrolla el método de negociación por principios seguido por Fisher, cuyo objetivo central es "ganar-ganar", es decir, que haya ventajas mutuas, dentro de lo posible. Si se presenta un conflicto de intereses, el resultado o el acuerdo final deberían ser justo, independientemente de la voluntad de las partes. Este método de negociación por principios generalmente es "duro" para los argumentos y "suave" para las personas (**Segovia, 2005**).

Figura 8 Estrategias ganar- ganar



Fuente: Covey (2003)

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

Es solo en la negociación ganar - ganar en donde se consigue la mejor solución, los actores en este caso están comprometidos desde el principio en llegar a este tipo de solución, su marco mental está focalizado a buscar la opción donde se puedan encontrar puntos afines y que permitan concordar y llegar a otros acuerdos en el futuro, además de mantener una excelente relación de negocios. Esto tiene que ver mucho con los valores y principios que cada una de las personas, que no utilizan su poder de persuasión para tomar ventajas, si no que a través de su inteligencia interpersonal, entiende las necesidades de la otra persona y busca el bien común. Para ello se proponen estrategias como: Llegar a un acuerdo que sea mutuamente beneficioso, defender los intereses propios pero también se tienen en cuenta los del oponente, crear un ambiente de colaboración, generar un clima de confianza, permite estrechar relaciones personales y mantener viva esta relación profesional lo que les lleva a maximizar en el largo plazo el beneficio de su colaboración (Barba, 2011).

1.18. Modelo de asociatividad de empresa ancla y microempresas

Microempresa

Según **Díaz (2010)** menciona que una microempresa es la representante del total del 90% de negocios existentes en nuestro país, además de considerarse el primer ente de generación de empleo en el mercado, fomentando de esta manera, la economía social y solidaria del estado.

Además para **Sumba & Santistevan (2018)** analizan que las microempresas, son un sistema económico, el cual puede constituirse a partir de pequeños proyectos como ventas callejeras, panaderías y pastelerías, hasta talleres artesanales, demostrando de esta manera la capacidad de influencia que representan en el funcionamiento del mercado ecuatoriano y la viabilidad que producen en la vida, siendo completamente imprescindibles para la calidad de vida del consumidor.

Tipos de microempresa

- Supervivencia: creada con la finalidad de generar ingresos inmediatos, no estudia a su mercado y el capital semilla cubre solo la inversión inicial (**Raffino, 2020**).
- Expansión: Existe un capital extra al que se utiliza para cubrir sus pasivos, pero no le es suficiente para desarrollar la pyme (**Raffino, 2020**).
- Transformación: Ha consolidado un sistema de facturación, posibilitando un crecimiento empresarial (**Raffino, 2020**).

Características de una microempresa

Para **Raffino (2020)**, estas son las características de una microempresa:

- El número de trabajadores no excede los 9 puestos.
- En algunos casos el propietario del negocio ejerce varias funciones administrativas.

- Manejan un sistema de facturación pequeño, por eso su nivel de crecimiento se ve limitado.
- Es promotor de la reactivación económica local.
- La constitución es fácil, porque en Ecuador solo se necesita el RUC o RISE.

Ventajas de una microempresa

De acuerdo con **Raffino (2020)** menciona que:

- Genera empleo, y se transforma en una fuente de ingresos
- Versatilidad en el giro del negocio.
- Financiamiento en instituciones bancarias con beneficios por ser destinados para proyectos de emprendimiento.
- Su organigrama es poli funcional y puede ser modificado.

La toma de decisiones tienen un canal corto y la comunicación es inmediata.

Empresa Ancla

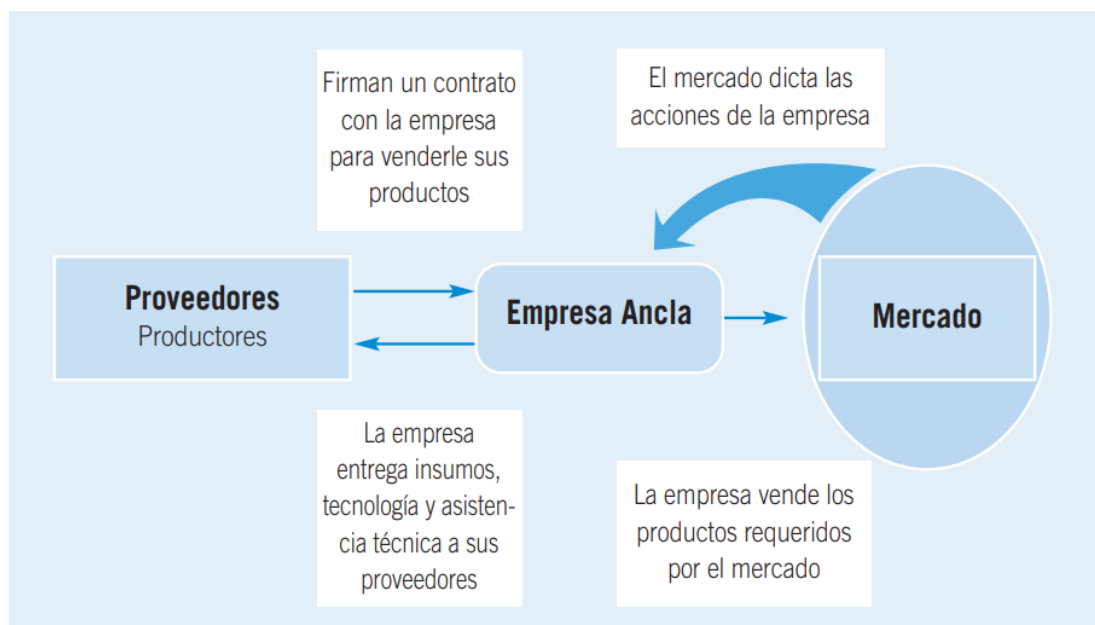
Según **Garizabal et al (2017)** una empresa ancla, es aquella la cual se establece y vincula con productores, los cuales, no poseen la capacidad de adentrarse a mercados diversificados, siendo una especie de guía para ofrecer su saber hacer a estas pequeñas empresas, convirtiéndose de esta manera en sus proveedores mediante una relación formal.

Para el autor **Maldonado (2014)** afirma que la función de una Empresa Ancla, es ser un punto de entrada que permita mejorar la competitividad de las MIPYMES, asegurando un mejoramiento en la cadena de valor, tomando en consideración principalmente la innovación en la red productiva, por la aplicación de estrategias en la teoría de desarrollo en la cadena productiva.

La ONU identifica a la “Empresa Ancla” mediante Programas de Desarrollo de Proveedores, además lo identifica de manera significativa para el desarrollo de “encadenamientos productivos que les permite a los proveedores contribuir

exitosamente en mayor integración de sus cadenas productivas” (**Manual Negocios Productivos USAID, 2009**).

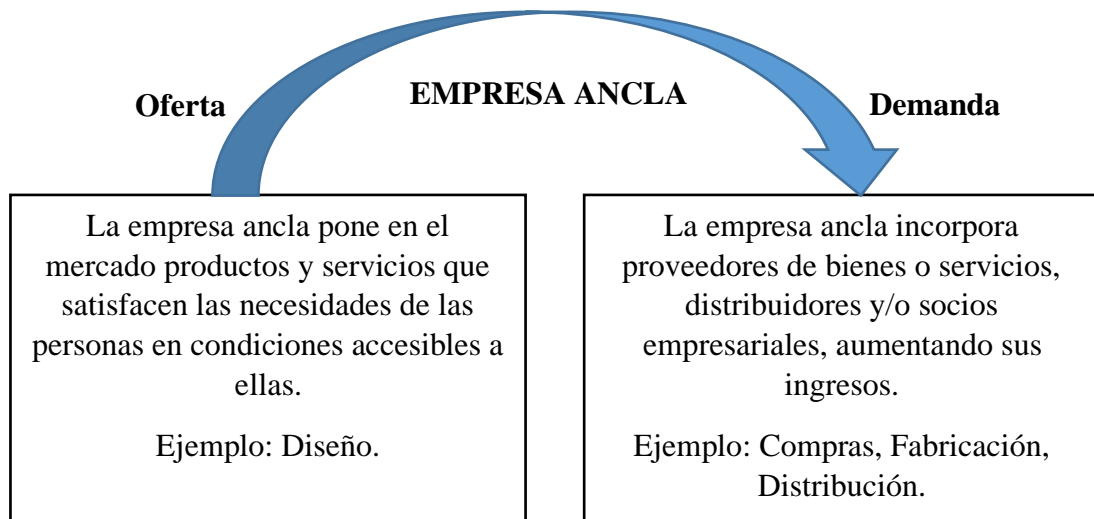
Figura 9 Explicación empresa ancla



Fuente: IICA y CONCOPE (2011)

El objetivo es entonces relacionar a la Empresa Ancla que presentan saberes del mercado con proveedores que cuentan con el producto para la comercialización, por medio de vínculos cortos estratégicos con perspectiva de largo plazo para optimizar la capacidad y la sostenibilidad de la cadena productiva. Esta perspectiva facilita resultados desde la práctica en la Red Productiva en el Ecuador (**Manual Negocios Productivos USAID, 2009**).

Figura 10 ¿Qué se necesita para un negocio inclusivo?



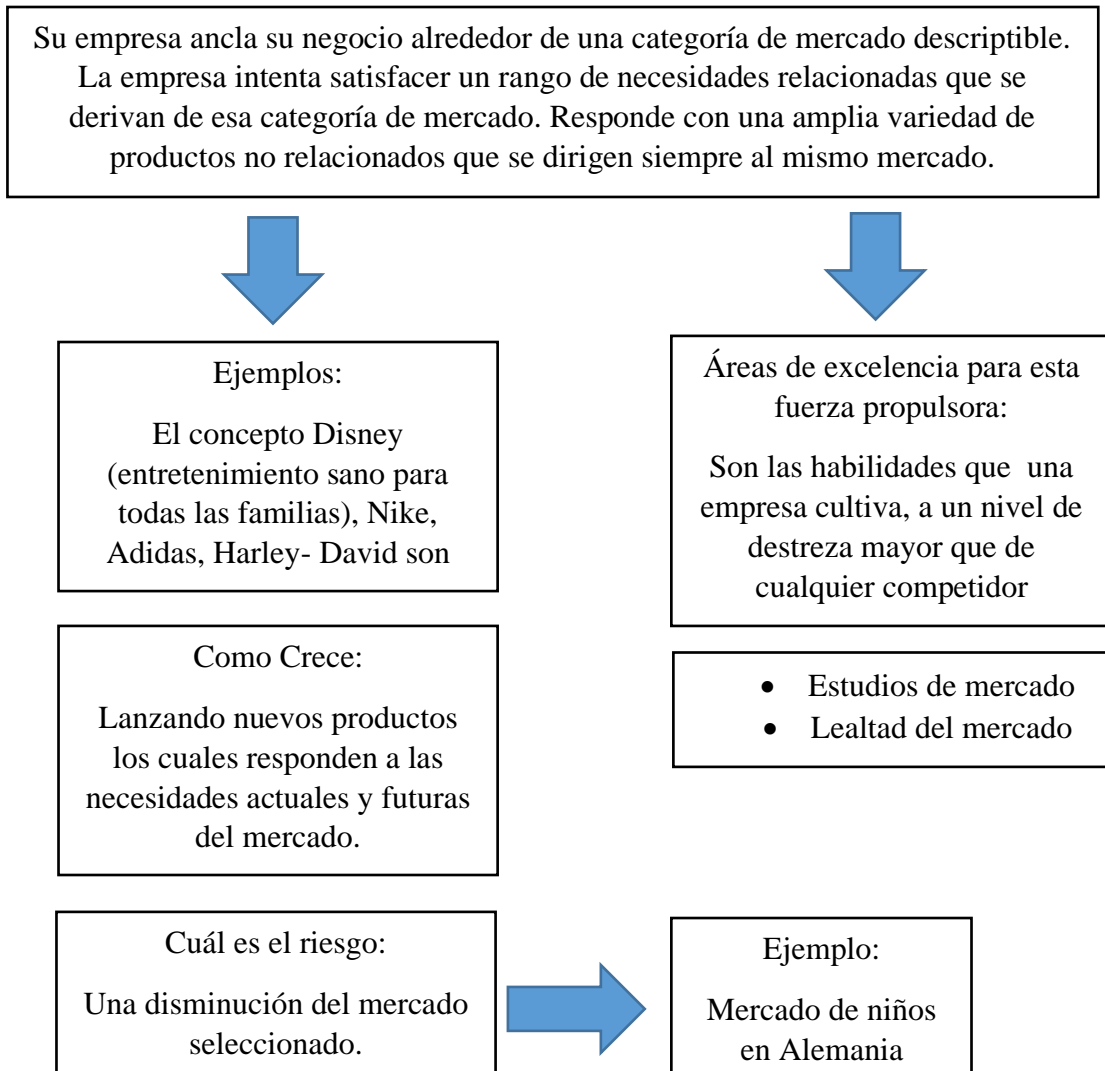
Fuente: CECODES (2014)

Para que un negocio inclusivo se pueda establecer dentro de un mercado es necesario comprender que la función principal es erradicar la pobreza de la población con el desarrollo de nuevas empresas que generen empleo y mejoren la calidad de vida de la localidad, tomando en cuenta que es necesario generar una oferta se establece que la empresa ancla va a satisfacer estas necesidades con nuevos servicios y/o productos de acuerdo al análisis de su consumidor, por ejemplo, una empresa de diseño.

En cambio para la demanda, la empresa ancla va a incorporar a las pymes locales como potenciales proveedores, distribuidores o socios empresariales para aumentar sus ingresos, por ejemplo, empresas de compras, fabricación y distribución.

Estrategias de la asociatividad de tipo empresa ancla de acuerdo al tipo y categoría de empresa ancla

Figura 11 Estrategia impulsada por el Tipo o Categoría del mercado



Fuente: Robert & Díaz (2000)

La estrategia impulsada por el tipo o categoría del mercado, es la que intenta satisfacer un rango de necesidades relacionadas que se derivan de esa categoría de mercado, ofertando productos que están enfocados al mismo target los cuales intentar fidelizar a sus clientes. Un ejemplo de esta estrategia sería Disney y su concepto de entretenimiento para familias, que como se puede observar han crecido a través de lanzamientos de nuevos productos en varios de sus centros de diversiones, pero el

riesgo que se analiza es que a largo plazo puede existir una disminución del mercado seleccionado, por ejemplo un nuevo lanzamiento de productos en el mercado de niños en Alemania. Una de las herramientas que se recomienda para una destreza mayor es el estudio previo de mercado y la lealtad o fidelidad del mercado.

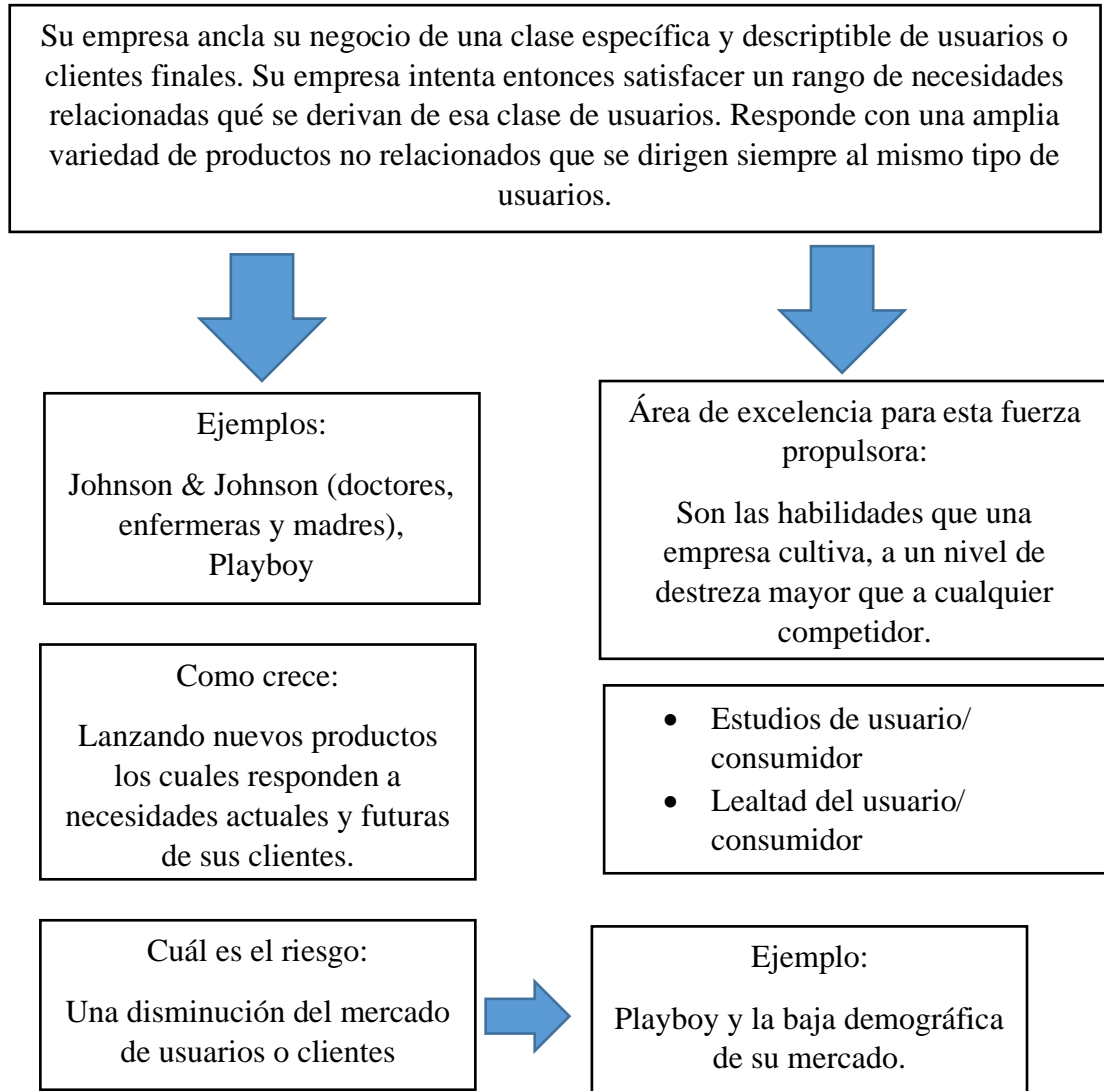
Para el autor **Arechavaleta (2015)** menciona que la clave es simple: generar de manera constante ventajas competitivas sobre los competidores y más que aspirar, comprometerse a ser la Compañía, la Marca o los Productos favoritos del consumidor.

Para lograr esto podemos apoyarnos de:

- *Estudios de Mercado*: Aprovechar al máximo las herramientas, metodologías, sistemas y/o consultorías disponibles, que brindan muchísima información que nos dará visibilidad, entendimiento y conocimiento de las preferencias de los Consumidores, permitiéndonos hacer proyecciones y predicciones sumamente certeras a si un producto tendrá posibilidades de éxito en el mercado **(Arechavaleta, 2015)**.
- *Lealtad del mercado*: Construir, mantener y robustecer día a día la relación con el Cliente, buscando siempre negociar con una actitud ganar-ganar, lo que da como resultado una relación de Socios de Negocio y no simplemente ser Cliente-Proveedor. Esta relación nos permitirá diferenciarnos de la competencia y definitivamente derivara en condiciones más favorables en todos los sentidos para nuestra Compañía **(Arechavaleta, 2015)**.

Estrategia de asociatividad de tipo empresa ancla de acuerdo por la clase de usuario o cliente

Figura 12 Estrategia impulsada por la clase de Usuario/Cliente



Fuente: Robert & Díaz (2000)

Estrategia impulsada por la clase de cliente, responde con una amplia variedad de productos no relacionados que se dirigen siempre al mismo tipo de usuarios, y un ejemplo de sería la revista para adultos Playboy que se ha posicionado en el mercado exhibicionista con el lanzamiento de nuevos productos que satisfacen la necesidades de sus clientes, es evidente que por la baja demográfica de su mercado existe una

disminución de usuarios pero se recomienda implementar un estudio de usuario y/o la comprobación de la lealtad del consumidor.

Las áreas de excelencia para esta fuerza propulsora son:

- Estudios de usuarios: el conjunto que tratan de analizar cualitativa y cuantitativa los hábitos de información de los usuarios sobre su consumo de información (**Carrillo, 2008**).
- Lealtad de usuario: es una medida de la probabilidad de que un cliente vuelva a hacer negocios con una empresa o marca. Es el resultado de la satisfacción del cliente, las experiencias positivas del cliente y el valor general de los bienes o servicios que un cliente recibe de una empresa (**Guadarrama & Rosales , 2015**).

Utilidad de la empresa ancla

Para el autor **Sisalema (2018)** comenta que la empresa ancla, tiene varias ventajas a proveer dentro de la asociatividad empresarial con empresas de menor rango, dentro de ellas comprendemos:

- Fortalece la transferencia de tecnología para mejorar la productividad de los proveedores.
- Promueve los mecanismos de financiamiento, que permitan el acceso a un crédito productivo que reduzca el riesgo y la limitación a la productividad por falta de materia prima de calidad.
- Interactuar directamente con los proveedores y el mercado, reduciendo los actores de la cadena de distribución, dotando de condiciones formales de comercialización con su intervención en las microempresas del sector.
- Impulsa la asociatividad como estrategia de incrementar el volumen de producción y reducción de costos.

Prospecto de una empresa ancla

Los autores **Garizabal et al (2017)** mencionan que la empresa posee un manejo integral de sus sistemas productivos y de comercialización, pues esta posee gran peso en el ámbito tecnológico y la asistencia técnica durante el proceso productivo completo. Una empresa ancla, se fundamenta en la gestión de una negociación inclusiva en la sociedad, pues nace desde la planificación, a la ejecución y seguimiento de alianzas estratégicas en los social, para aquellas pequeñas, medianas y micro empresas de los diversos sectores de la nación, además, que esto asegura un decremento en el nivel de fragilidad de las empresas con bajos ingresos, donde se trata un tipo de negociación ganar-ganar, en el cual, la empresa ancla, comparte su conocimiento, recursos y experiencia, permitiendo a la MIPYME aprovechar esto al máximo, participando activamente con eficiencia.

Utilidad de la empresa ancla

Según **Naranjo (2018)** comenta que la empresa ancla, tiene varias ventajas a proveer dentro de la asociatividad empresarial con empresas de menor rango, dentro de ellas comprendemos:

- Fortalece la transferencia de tecnología para mejorar la productividad de los proveedores (**Naranjo, 2018**).
- Promueve los mecanismos de financiamiento, que permitan el acceso a un crédito productivo que reduzca el riesgo y la limitación a la productividad por falta de materia prima de calidad (**Naranjo, 2018**).
- Interactuar directamente con los proveedores y el mercado, reduciendo los actores de la cadena de distribución, dotando de condiciones formales de comercialización con su intervención en las microempresas del sector (**Naranjo, 2018**).

Características de una empresa ancla

Para **Ochoa & Pinillos (2018)** menciona que el perfil de una empresa para considerarse apta para ser Empresa Ancla en el mercado, debe constar con las siguientes características:

- Debe ser una empresa reconocida dentro de su región.
- Su actividad económica, social y ecológica debe ser relevante.
- Debe mostrar interés para participar en el programa de Asociatividad.
- Contar con disponibilidad de tiempo y logística interna.
- Cumplir con los requisitos legales y reglamentarios del programa.
- Disponibilidad de información interna de la empresa para las empresas de menor rango.

Mecanismos de funcionamiento de los negocios inclusivos como empresa ancla

Para los autores **Garizabal et al (2017)** comentan que dentro del modelo de negocio de empresa ancla, los negocios inclusivos procuran mantener una cultura sostenible en base a recursos y capacidades del área local, lo cual se basa en tres fases:

- a) Consolidar un relación de confianza
- b) Construir un ecosistema seguro y comprometido, conformado por miembros comunales y representantes de la empresa ancla
- c) Implementación del proyecto de asociación y creación de empresas (creación de valor)

Estrategias de marketing digital para empresas ancla

El e-Marketplace se ha construido en la actualidad como una estrategia importante para las empresas del nuevo mundo, donde a nivel mundial ha permitido mejorar la calidad de comunicación entre empresa y consumidor, dentro de estos podemos encontrar la estrategia de “Locales Ancla”. Un local ancla es aquel que permite aumentar las visitas percibidas por una página de una establecimiento, de

acuerdo a un medio de comunicación masiva, con el objeto de captar fácilmente la atención de potenciales consumidores (**Echeverría, 2016**).

Según **Perdigón et al (2018)** menciona que otra estrategia que resulta de este modelo es la denominada “Ganar-Ganar”, la misma que consigue establecer promociones de productos con mayor acogida en el mercado, dejándolo en un precio atractivo para el consumidor, siendo así que garantiza que una plataforma web lo publicite y optimiza las ganancias de la microempresa, captando así un máximo beneficio en cantidad.

1.19. Ejemplos de empresas ancla

Principales empresas ancla en Ecuador

El cambio constante de la economía y los mercados gracias a la globalización, crean una serie de retos que se imponen ante las empresas las cuales deben mantenerse en un constante cambio que se adapte a las necesidades de su población, esto así, gracias al uso de estrategias idóneas que faciliten el ingreso a nuevos mercados, dentro de ellas se encuentra la asociatividad, la innovación, capacitación y renovación de la capacidad instalada, las cuales van de la mano con planes de desarrollo como los presentes en Ecuador, los cuales permiten el financiamiento para asegurar una permanencia en los mercados (**Maldonado G. , 2014**).

El BanEcuador, reconoce y titula a diferentes empresas ancla de distintos sectores, ya sea por su tamaño o capacidad de aceptación en el mercado, lo cual permite el acceso a solicitar el ingreso como proveedor de las mismas. Dentro de esta lista reconocida, se presentan algunos ejemplos de empresas ancla.

Grupo El Rosado

Corporación El Rosado, mantiene una expansión constante, donde acopla dentro de sus instalaciones varios negocios como Hipermarket de locales de marca Mi Comisariato, Ferrisariato, RioStore y Mi Juguetería, puesto que mediante esta

integración de pequeños productores y marcas, asegura cubrir la totalidad de requerimientos de necesidades de los habitantes de cada ciudad donde se encuentran las cadenas antes planteadas, además de invertir hasta 3 millones de dólares en infraestructura y mercadería de pequeños y grandes productores nacionales (**Bolsa de Valores Quito, 2018**).

Claro

La empresa claro, al ver la necesidad de las comunidades Quichuas de no contemplar el idioma explicito dentro de las funciones de los celulares que esta cadena de comunicación oferta, invirtió capital en el año 2012 para la creación de 25.000 celulares, de los cuales en menos de 6 meses se vendió la totalidad de 20.000 de ellos, donde tanto la Dirección Nacional de Educación Intercultural Bilingüe y la empresa china ZTE tradujeron un total de más de 5.000 palabras para el correcto funcionamiento de los equipos inteligentes, siendo el mismo que cuenta con todos los accesorios básicos de los teléfonos celulares comunes (calculadora, calendario, juegos, reloj mundial, etc.) (**El Telégrafo, 2021**).

Coca cola Company

Según el autor **Flores (2016)** menciona que las nuevas tendencias de tecnología de la información orillan a los mercados a migrar a nuevos modelos que sustenten el negocio y que busquen satisfacer las necesidades de los consumidores, siendo así, que Coca Cola Company, decide afianzarse con la comunidad emprendedora con 7 meses de trabajo colaborativo en América Latina, pues, las mismas le dan la siguiente retroalimentación mediante un efecto ganar-ganar para ambos negocios:

- Tecnologías que mejoren la comunicación con el consumidor
- Incremento de la decisión de compra
- Innovación en mercadotecnia
- Cadena de valor acelerada
- Administración de la demanda y bienestar de ambas empresas

Banco Pichincha

El Banco Pichincha se establece como empresa ancla, gracias a su asociación con corresponsales no bancarios (microempresarios) ya sean estos dueños de tiendas o establecimientos comerciales que además de ofrecer productos varios, ofrecen servicios financieros básicos a nombre del banco, siendo así un punto de acceso formal al sistema financiero, obteniendo varios beneficios como la atracción de mayor clientela por parte de los dueños de locales comerciales, y el fácil acceso a la banca general por parte del Banco Pichincha (**Banco Pichincha, 2021**).

PLUMROSE

La relación ancla de Plumrose y microempresarios ecuatoriano radica en la actividad de fabricación de embutidos, mediante la distribución de pequeños criadores de granjas de cerdos, reses y aves, distribuyendo al por mayor estos productos como materia prima para fabricar embutidos como mortadelas, jamones, salchichas, chorizos, etc., siendo una mejor alternativa a importar estos productos, ya que el nivel de calidad se incrementa gracias a la frescura de la carne de los bovinos (**Huaca, 2011**).

Empresas con relación ancla por sector económico

Se realizó varias entrevistas a microempresarios para la recolección de datos, demostrando el escenario actual de las relaciones con empresas ancla, cada una se justificó en la pertenencia del sector económico (Anexo 2). A continuación, se presenta el siguiente extracto de cada participación.

Sector primario: Relación ancla de Planhofa con Huerto de Will

“Huerto de Will” es el nombre de la microempresa de William Ortiz, gerente propietario que se ha dedicado al sembrío y distribución de fresas orgánicas en la ciudad de Ambato.

En la entrevista manifestó que mantiene una relación con la empresa Planhofa dedicada a la elaboración de mermeladas y zumos de frutas, distribuye a nivel nacional sus productos en cadenas comerciales, lo que ha permitido una gran demanda que depende del abastecimiento de una gran cantidad de materia prima. Generando así la apertura para poder generar convenios con productores locales.

La relación existente entre esta microempresa y Planhofa se basa en la proveeduría de fresas sembradas con los niveles de calidad exigidos por la empresa ancla, siendo así que “Huerto de Will” recepta los pedidos de lotes de fresa y procede a la siembra, cosecha y entrega del producto hacia su cliente mayorista.

Existen varios factores de éxito que han permitido sobresalir a Huerto de Will entre ellos se destacan:

- Sistema de riego con válvulas de presión
- Utilización de químicos no nocivos
- Germinación con planta madre Monterrey de fresa
- Conocimiento del producto y del mercado

Con esta información, se ha demostrado que existen estos acuerdos entre las empresas:

- Precio de acuerdo al mercado.
- Producción a gran escala
- Tiempo de entrega

Generando la relación ganar-ganar porque ambos satisfacen sus necesidades con productos de calidad a un precio justo y el pedido es constante generando la fidelización y compromiso.

Sector secundario: Relación ancla de Carrocerías M&L y Covecal

El sector carrocerero ha sido afectado por la pandemia de COVID 19, provocando pérdidas y cierres de los negocios locales, porque no cuenta con pedidos constantes y la inversión es costosa. A continuación, exponemos esta realidad a través

de Covecal, una microempresa dedicada a la fabricación de ventanales para buses, busetas y vehículos. Su dueño el Señor Ángel Landa, mencionó la situación difícil que atraviesan.

Han sido 6 años de mutuo acuerdo que ha demostrado su compromiso, dedicación y responsabilidad con Carrocerías M&L que comercializa buses de transporte interprovincial, mismo que requiere de materia prima que cuenten con un equipamiento seguro y práctico que permita evitar accidentes y contenga repuestos de larga duración. Mediante la alianza con pequeños productores como lo son los microempresarios dedicados a la transformación de vidrio en ventanales anti choques, crean una asociación que permite el incremento de capital de la microempresa gracias a los continuos pedidos que se realizan para el mantenimiento de los buses de esta.

Esta relación de dependencia siempre fue ganar- ganar porque a mayor adquisición de buses, se mandaban a hacer los ventanales que permitían un ingreso constante para Covecal.

En este punto, es necesario reconocer que por factores externos presentan estos problemas:

- Carencia de clientes
- Incremento de obligaciones a distribuidores y proveedores
- Paralización de la producción
- Materiales en stock

Sector terciario: Relación ancla de GAD del cantón Taisha y Maxiahorro

Dentro del sector de servicios, la alimentación es un pilar fundamental para el desarrollo de un cantón y por supuesto del país, tomando en cuenta que es un objetivo del buen vivir. Se denota la importancia de investigar cuáles son sus líneas de relación hasta llegar al consumidor. Es por eso, que se ha entrevistado al Señor Christian Maliza, gerente del Minimarket “Maxiahorro” ubicado en el cantón Taisha provincia de Morona Santiago.

Este negocio tuvo sus inicios como una tienda familiar hace 20 años, pero la evolución se ha desarrollado por el incremento de población y las barreras de accesibilidad para poder abastecer de sus productos a todos. Ya que es una de los pocos lugares brindan el servicio a precio justo.

Los gobiernos autónomos descentralizados, son una gran fuente de ingreso para varios microempresarios, ya que los mismos cuentan con planes de desarrollo y capacitación en ferias productivas que permiten dar reconocimiento a los pequeños productores de sus zonas correspondientes. Fuera de ello un GAD, es una institución que puede proveer de trabajo a pequeños empresarios, como es el caso del GAD del cantón Taisha, mismo que mantiene alianzas con microempresarios que brindan el servicio de crédito directo para el suministro de alimento, ya que dentro de la zona, no existen locales que brinden estos servicios y posean una variedad de productos y precios accesibles para los trabajadores de esta empresa pública.

Y es por eso, que se firmó un convenio con el GAD de Taisha, para poder satisfacer de la canasta básica a todos los miembros de esta institución. A través de un listado mensual con los nombres y cargos empleados se genera una base de datos que establece el monto máximo de consumo (crédito directo) que es descontado a final de mes del sueldo con la ventaja de poder obtener los víveres sin necesidad de pagarlos en el momento.

Beneficios del convenio entre Maxiahorro y GAD de Taisha:

- Depósito seguro de la adquisición al finalizar el mes
- Monto fijo de gasto para cada persona
- Rotación constante de los productos
- Fidelización de los clientes
- Ventaja competitiva ante la competencia

2. Relaciones bióticas

La relación biótica se da de acuerdo a los factores donde intervienen organismos vivos, en la cual se establecen relaciones distintas entre cada uno de ellos de acuerdo a su ecosistema, priorizando el hecho de que estos organismos deben ser seres que

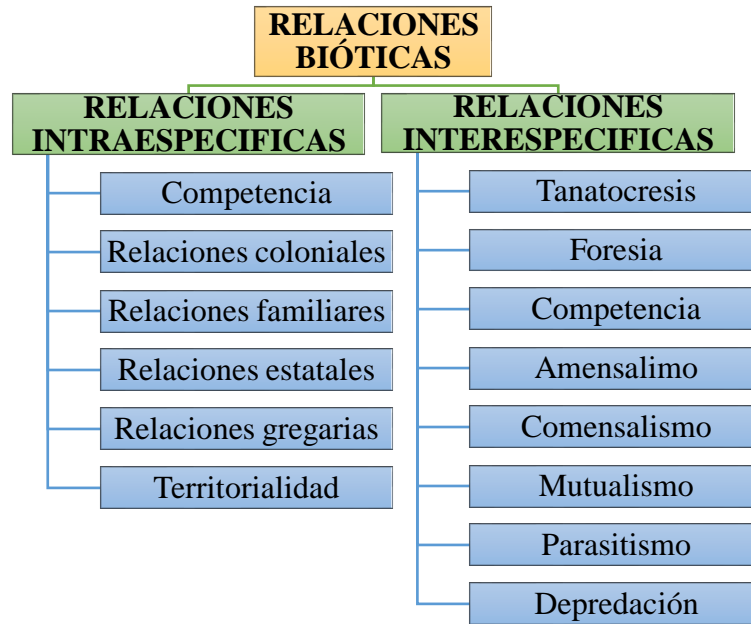
coexistan en un mismo ecosistema y presenten las mismas necesidades, lo cual pretenderá que se establezcan relaciones o asociaciones entre especies (**Arizpe, 2017**).

2.1.Comportamiento socia en el reino animal

Para el autor **Vallejo (2018)** menciona que la convivencia social dentro de la misma o diferente especie, puede explotarse de forma que permita una ventaja competitiva en el medio, por cuanto el medio natural se mantiene cambiante todo el tiempo y varias diferencias, ya sean naturales o impropias del estatus, obliguen a las especies a manejar un grado de interacción que les permita mantener su supervivencia natural. A continuación se menciona varias ventajas que procura la vida animal mediante el agrupamiento en especies:

- *Térmicas*: Permite una pérdida de calor mínima al actuar en manada, lo que procura una mayor disipación del calor corporal de la especie para mantener el rango de vida alto (**Vallejo, 2018**).
- *Locomotoras*: Se emplea principalmente para desplazamientos en grupo, lo que procura que especies como las aves, lo que da la capacidad de aprovechar las turbulencias y mantenerse a salvo de los depredadores (**Vallejo, 2018**).
- *Reproductoras*: Posibilita el encuentro de una pareja apta para la reproducción de la especie, creando una eficacia inclusiva (**Vallejo, 2018**).
- *Protección frente a depredadores*: Aumenta la eficacia de la detección de depredadores o presas (según la especie), a su vez, la prevención de competidores interespecificos, entre otros (**Vallejo, 2018**).

Figura 13 Tipos de relaciones bióticas



Fuente: Barrera, Viera, & Duque (2020)

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

2.2. Tipos de Relaciones Bióticas

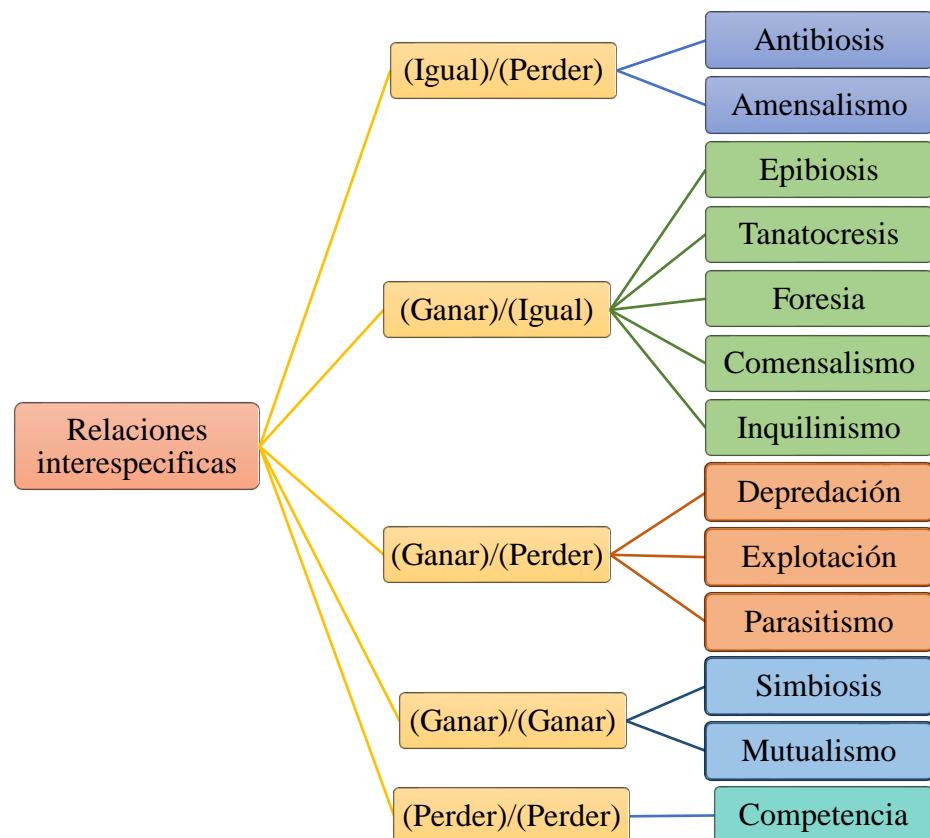
2.2.1. Relaciones intraespecíficas

Una relación intraespecíficas es aquella que se presenta entre animales de la misma especie y puede darse mediante una duración temporal o perenne, además de que pueden llegar a ser favorables de acuerdo al nivel de cooperación en los ámbitos de alimentación defensa u otros factores externos que perjudiquen a las especies. Estas relaciones se pueden dar de acuerdo a características de familia, colonia, estatus o competencia de territorialidad (Peñañiel, 2018).

2.2.2. Relaciones interespecíficas

Las relaciones interespecíficas, mantienen un tipo de producción natural, donde una u otra especie se verá beneficiada o afectada, o a su vez, existirán relaciones donde ambas especies ganen un beneficio con la misma. Estas son una interacción biológica, es decir, que mantiene un vínculo entre dos o varios organismos de distintas especies dentro de un ecosistema, además de influir en la vida o calidad de vida de la otra especie, el cual también se llama asociación interespecífica (Villegas, 2020).

Figura 14 Relaciones interespecíficas



Fuente: Villegas (2020)

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

Dentro de las relaciones interespecíficas, se conocen diferentes tipos, dentro de los cuales prevalece la calidad de relación, por lo cual se comprende:

- Igual – perder: Una de las especies tiende a tener un comportamiento que afecta a otra, sin necesidad de afectarse a sí mismo.
- Ganar – igual: Una de las especies es más fuerte, por lo cual obtiene beneficio, más sin embargo, la otra especie no presenta problemas ni cambios en su hábitat.
- Ganar – perder: Una de las especies se aprovecha de otra, sin su consentimiento, provocando efectos negativos a largo plazo.
- Ganar- ganar: Las especies participantes obtienen beneficios mutuamente de acuerdo a comportamiento o recursos intercambiados.
- Perder – perder: Las especies participantes no poseen la habilidad de mantener en equilibrio su hábitat, por lo cual pierden recursos dentro del hábitat de competencia y sobrevivencia.

Tipos de relaciones interespecíficas

Según el autor **Cadena (2009)** comenta que los seres vivos en general compartimos un código genético, que puede notarse o no dentro de la apariencia de cada especie, por lo cual a través de la interacción entre especies se forma un medio conformado por espacio y tiempo, conocido como ecosistema. Se nos explica a continuación, la clasificación de tipos de relaciones existentes en el ecosistema animal:

- Amensalismo:

“Esta relación es aquella donde una especie afecta a otra sin afectarse si mismo, como por ejemplo, los hongos y las bacterias” (**Cadena, 2009**).

- Parasitismo:

Según el autor **Cadena (2009)** menciona que el parasitismo consiste en que un individuo depende de otro para sobrevivir, este a su vez, no representa un enemigo mortal. Este “parasito” puede causar varios tipos de enfermedades o la muerte a largo plazo, y esto dependerá de su origen, pues pueden ser:

- a) Endoparásitos: Aquellos que viven dentro del huésped (Tenia o triquina).
- b) Ectoparásitos: Aquellos que viven fuera del huésped (Pulgas o muérdago).

– Comensalismo:

Es una relación donde una población obtiene beneficios, mientras que la otra no presenta afección alguna, pues esto se ve definido por lo cual la primera población se beneficia del alimento o recursos sobrantes de la segunda población (**Cadena, 2009**).

– Simbiosis o Mutualismo:

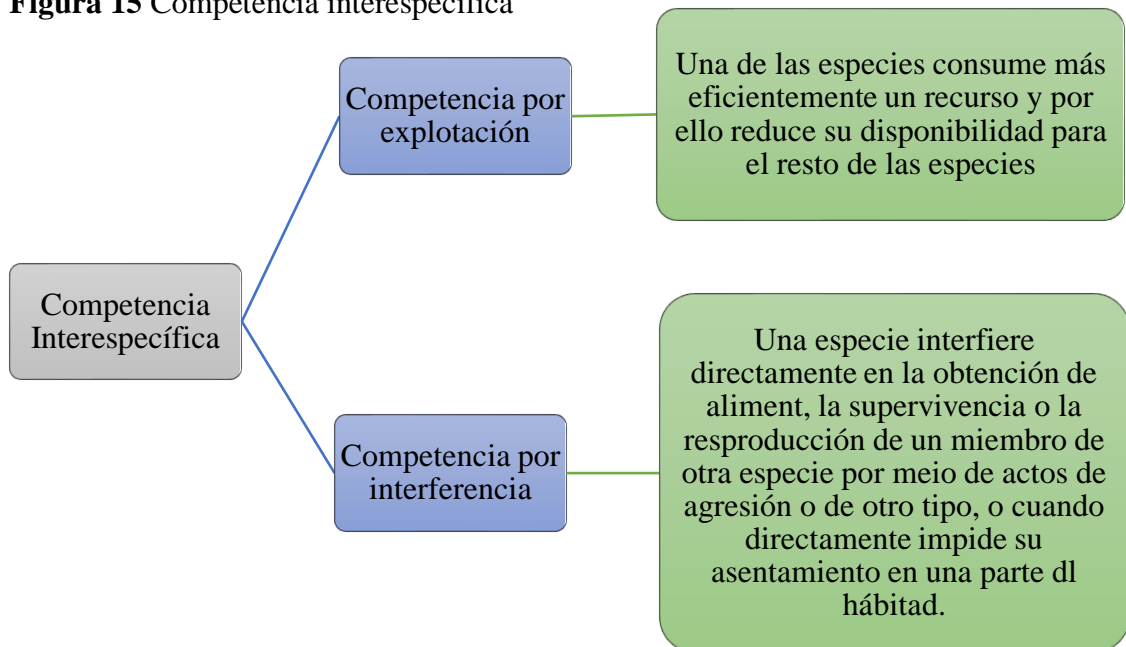
Según el autor **Cadena (2009)** menciona que esta relación representa el beneficio por ambas partes, puesto que estas especies llegan a fusionarse hasta crear un individuo que sobrevivirá de los recursos que coopere cada cual. De acuerdo con el tipo de intercambio pueden ser:

- a) De recurso a recurso: Un recurso es cambiado por otro (rizobios y las plantas leguminosas).
- b) De servicio a recurso natural: Ofrecen un servicio y reciben a cambio un recurso (Pulgones y hormigas).

– Competencia

Se muestra cuando dos especies compiten para conseguir el mismo recurso, el cual puede producir varias reacciones, como la reducción del crecimiento poblacional, hasta en casos extremos, provocar la extinción de una especie por darse la colonización de otra, esto dependerá de la capacidad de cada especie para sobrevivir en el medio (**Cadena, 2009**).

Figura 15 Competencia interespecífica



Fuente: Cadena (2009)

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

- Foresia y Tanatocresis

La foresia se presenta donde una especie usa a otra como un medio de transporte hacia otros destinos distintos a su hábitat común, mientras que la tanatocresis, se presenta cuando un organismo emplea los deshechos de otro para su beneficio, ya sea alimentación, vivienda o protección frente a depredadores como en el caso del cangrejo ermitaño (Cadena, 2009).

2.3. Mutualismo

2.3.1. Mutualismo en el reino animal

El mutualismo se considera como una interacción de carácter biológico, donde dos individuos de diferentes especies crean una relación de beneficio mutuo, en el cuándo mejoran su capacidad de sobrevivencia y su aptitud biológica. Esta relación entre especies se diferencia de otras interacciones puesto que en la misma aparece un comportamiento llamado cooperación (ATE, 2016).

Dicha relación engloba una serie de comportamientos, en el cual, cada especie tiende a generar compromiso de dar y entregar algo a cambio de un bien o servicio, siendo así, que se da una relación de tipo ganar-ganar inter especie, conociendo cada uno la necesidad del otro y manejando la relación de forma voluntaria ante ya sea la alimentación o protección, según sea el caso, durante el tiempo que deseen, esto proporcionará un incremento en el tiempo y calidad de vida de los animales.

2.3.2. *Tipos de mutualismo*

Como se mencionó anteriormente, los diferentes tipos de mutualismo en los insectos, depende del grado de dependencia e interacción que tengan entre sí, llegando estos a ser obligados o facultativos. **Badii, y otros (2013)** mencionan que los tipos de mutualismo más comunes son:

- *Obligado*: Las especies que participan de la relación mutualista, podrían morir de no interactuar entre ellas. Esto puede suceder en especies en coevaluación como por ejemplo en líquenes, algas y hongos (**Badii, y otros, 2013**).
- *Facultativo*: También conocido como mutualismo “oportunista”, puesto que dos especies diferentes entre sí, toman provecho la una de la otra durante la interacción (**Badii, y otros, 2013**).
- *Trófico*: Es un tipo de mutualismo en el cual ambas especies se benefician entre ellas por tema alimentación, también conocido como intercambio de recurso a recurso (**Badii, y otros, 2013**).
- *Defensivo*: Comúnmente se presenta entre especies donde una de ellas busca la protección frente a depredadores y seguridad, mientras que la otra parte busca refugio y alimento (**Badii, y otros, 2013**).
- *Dispersivo*: Se lo conoce por ser parte de la dispersión de polen y semillas de especies vegetales, donde un insecto provee el transporte de insumos para que una especie de planta esparza sus semillas y a cambio el insecto recibe alimento y hospedaje con seguridad para la reproducción (**Badii, y otros, 2013**).

2.3.3. *Mutualismo en los insectos*

El mutualismo o simbiosis entre insectos se comprende cómo la reunión de grupos que se relacionan de acuerdo al tipo de comportamiento, siendo así que la misma tiene diferentes grados de interacción, comenzando en la interacción de organismos o especies que conviven con el objeto de beneficiarse de esto, hasta la aparición de insectos y plantas del planeta. La relación entre insectos se basa comúnmente en un lazo voluntario que busca la supervivencia mediante la alianza entre especies de diferentes insectos, logrando generar asociaciones que procuren reducir el impacto de depredadores y cumplan con el requisito de mantener la calidad de vida de ambas especies (**Partal, 2017**).

2.3.3.1. *Característica del mutualismo en los insectos*

Para **CABA (2019)** analiza que el mutualismo en los insectos, poseen varias características las cuales lo diferencian por su capacidad de participar activamente en el desarrollo mutuo de dos especies, por lo cual, el mutualismo se determina como una relación ganar-ganar (positiva) y esto se debe a la gran interacción que poseen varios ecosistemas naturales entre sí, siendo este específico o generalista dependiendo el nivel de interacción.

A su vez, **Parada (2019)** comenta que las características principales que tiene como fin la interacción mutualista entre insectos, se diversifican en:

- Ciclos de vida notablemente simples
- Puede darse por temporadas pero no es obligatorio en todas las interacciones
- Ambos individuos se benefician desde el punto de vista que requieran sus necesidades a cubrir.
- La cantidad de endosimbiontes por cada huésped puede mantenerse constante.
- El rango de límite ecológico se incrementa.
- La tipología de huésped es más flexible a ser aceptada.

2.3.3.2. Ejemplos de mutualismo en los insectos

Para **Boege (2011)** comenta que los ejemplos más comunes de mutualismo entre insectos y otras especies, son las siguientes:

- *Polinización*: Dispersión de semillas y polen (relación planta – animal) esencial para la supervivencia de seres vivos en general (**Boege, 2011**).
- *Árboles Ficus y avispas de higos*: Esta relación asegura el éxito reproductivo de ambas especies y su supervivencia, puesto que, las avispas realizan la polinización de las flores del árbol Ficus, mientras que este árbol provee hospedaje para toda la colmena y alimentación para su crecimiento (**Boege, 2011**).
- *Tarántulas y sapo boqui*: El sapo boqui limpia el nido de la tarántula, alimentándose de los parásitos que afectan a los huevecillos, mientras que la tarántula le brinda seguridad contra depredadores (**Boege, 2011**).
- *Polilla de yuca y planta de yuca*: La planta de yuca brinda protección en su tronco y alimento para las larvas, mientras que la polilla poliniza la planta para su evolución (**Boege, 2011**).
- *Las hormigas y los pulgones*: Los pulgones proveen a la hormiga de alimento (melaza), mientras que las hormigas protegen de depredadores a los pulgones, además de asegurar la reproducción de ambas especies y su supervivencia (**Boege, 2011**).

2.3.3.3. Comportamiento y explicación de los insectos

La hormiga (Formicidae)

Para los autores **Vásquez & Escoto (2016)** menciona que las hormigas son grupos de insectos que se agrupan dado su comportamiento eusocial, puesto que forman colonias de acuerdo a castas, donde cada una posee una tarea en particular. Por ejemplo, las reinas y machos se dedican a la reproducción y presentan en su cuerpo alas, mientras que las obreras son hembras estériles que se ocupan de todas las tareas restantes dentro y fuera de la colonia.

Las hormigas poseen solo cuatro bases sensoriales fundamentales para su vida, entre ellas se presentan:

- **Sensación visual**

Las hormigas no pueden discernir los colores, por lo cual estos insectos solo pueden percibir un panorama nebuloso donde solo algunos objetos de gran tamaño que se aproximan pueden ser captados por sus ojos, ya que dentro de su estructura corneal es biconvexa y existe una capa compacta adicional a un pigmento pardo con negro que absorbe por completo las radiaciones espectrales (**Ibarz, 2017**).

- **Distinción de luz y sombra**

Las hormigas no diferencian la longitud de la onda de espectro de luz, por lo cual diferencian de forma exitosa la luz de la sombra, de acuerdo a la cantidad de notoriedad que este pueda tener, dado que al reconocer luz a intensidad, estas se asustan y retroceden o pueden rodear la zona, evitando distraer su camino con cebos de depredadores (**Ibarz, 2017**).

- **Visión**

Las hormigas detectan obstáculos con sus antenas, por lo cual el grupo de obreras decide rodear el obstáculo en ángulo recto y siguen su camino por parajes más alejados. Las mismas se guían principalmente por los sentidos de tacto y olfato, solo dejándose impresionar por colores negros con reflejos brillantes (**Ibarz, 2017**).

– **Impresión olfativa**

Las hormigas poseen un sentido del olfato exquisito, puesto que esta tiene mayor presencia dada la ausencia de aparato colector y conservador de emanaciones olfativas, por lo cual al sentir olores demasiado cargados que no resultan de su agrado, suelen mantener su distancia o deciden trazar otro camino para no mantener contacto con estas emanaciones que suelen excitar sus sensaciones y motivan a generar reacciones de acuerdo al discernimiento de la especie (**Ibarz, 2017**).

– **Impresión táctil**

Este depende únicamente de las impresiones de la cantidad de pelos largos y cortos con los que cuenta el total de su cuerpo en especial sus patas, donde las desviaciones de camino dada la colocación de obstáculos en el mismo, dictan una deformación del barrido que siguen las obrera, por lo cual en conjunto con el olor que perciben, permite que las hormigas puedan orientarse hacia su objetivo (**Ibarz, 2017**).

– **Comportamiento social de las hormigas**

Las hormigas suele trabajar de acuerdo a escalas sociales, donde las obreras encargadas de la recolección de alimento y protección del nido, recurren a la estrategia de percibir olores con sus antenas móviles, las cuales les permite reconocer los olores y su intensidad, para más tarde dejar un rastro de feromonas que les permita trazar el camino para el resto del grupo, así como para su regreso hacia la colonia (**Nassar, 2016**).

En caso de que el camino anteriormente tenga un obstáculo, un grupo de hormigas buscan nuevas rutas, dejando rastros de feromonas, las cuales serán distinguidas por la más larga o corta de acuerdo a la cantidad de hormigas que pasen por las nuevas rutas. Además de que pueden comunicarse mediante el uso de la estimulación, es decir, el roce de dos partes de su cuerpo (gáster y mandíbulas), los cuales sirven para comunicarse con sus miembros o con otras especies (**Nassar, 2016**).

El pulgón (*Dysaphis plantaginea*)

Los autores **Rodríguez et al (2016)** comentan que los pulgones son insectos pequeños que se dedican a succionar la savia de plantas, para reproducirse a gran escala, por lo cual es considerada una plaga, ya que al extraer sus nutrientes reducen el crecimiento de estas, afectando también a sus frutos y el proceso de fotosíntesis.

Ciclo de vida

Según **Rodríguez et al (2016)** los pulgones se dividen por hembras vivíparas que se reproducen asexualmente, por lo cual su linaje es un clon de las hembras que colocan sus crías directamente nacidos de ellas en lugar de colocar huevos, y entre ellos pueden nacer hasta 100 pulgones nuevos. El daño a la plata surge cuando la población es alta, más sin embargo, la capacidad de reproducción del pulgón es dos veces más alta que otros áfidos que infectan plantas.

Depredadores de los pulgones

Los depredadores de los pulgones pueden ser los antocóridos, crisopas (larvas o adultos dependiendo la especie), coccinélidos (escarabajos) y los sírfidos (larvas que se alimentan de los órganos internos de los pulgones) (**Jiménez, 2015**).

Taxonomía de los pulgones

Miden entre 1.6 a 2.9 mm de largo, poseen un color característico amarillo verdoso con una franja de color verde brillante que los caracteriza, además de poseer antenas muy largas. Poseen corniculos cilíndricos largos del mismo color de su cuerpo, así como sus patas y cauda. Los alados llegan a medir hasta 3.3 mm por su abdomen verde y una franja marcada en el abdomen para su reconocimiento, llegando a etapa de adultez en el invierno, convirtiéndose en ninfas (**Dughetti, 2012**).

La oruga de mariposa (Lepidoptera)

Una oruga es un insecto propio de la familia Lepidoptera, las cuales son de contextura blanda y cilíndrica, además de poseer colores llamativos y desagradable sabor por su toxicidad, además de tener colores crípticos que les permite detectar depredadores como los coleópteros grandes (**Duncanson & Guillén, 2017**).

Taxonomía de la oruga lepidóptera

Su cuerpo está dividido en diversos fragmentos dependiendo de su especie y poseen seis patas (con uñas) y cinco pares de patas falsas, además de no tener gran sentido visual, poseen seis pequeños ojos simples a cada lado de su cabeza, por lo que usan sus antenas para localizar su alimento, contando con unas potentes mandíbulas en forma de pala excavadora (**Duncanson & Guillén, 2017**).

Para efecto de protección hacia sus depredadores segregan sustancias que evitan un acercamiento entre ambos, además de poseer en algunas especies el sentido de vibración en su cuerpo lo que le permite reconocer fácilmente al atacante mientras se acerca, además de formar alianzas con otras especies de insectos que reduzcan el peligro existente durante sus etapas frágiles (**Duncanson & Guillén, 2017**).

Proceso de fecundación

Las mariposas atraen a los machos mediante el uso de plantas nectaríferas, puesto que en ella se encuentran feromonas sexuales en el néctar de las flores, para lo cual la transferencia de estos alcaloides es imprescindible para la fecundación entre macho y hembra al pasar su esperma y fecundar los huevos (**Vásquez, y otros, 2017**).

El uso de polen y néctar en su alimentación asegura una tasa de reproducción y longevidad alta, puesto que es importante la alianza con plantas de alto contenido de néctar que a través de sus semillas propaguen la crianza de mariposas, siendo así que sirven estos también como polinizadores (**Vásquez, y otros, 2017**).

Proceso de eclosión

Los insectos comienzan como huevos y pasan a ser larvas, donde las orugas son larvas que parecen gusanos o insectos de pequeño tamaño, así como las mariquitas, por lo cual mediante un desencadenamiento de hormonas la oruga muda de piel hasta cinco veces para pasar a la siguiente etapa, por lo cual se alimenta profundamente evitando convertirse en ninfas (Larvas con crecimiento incompleto), siguiendo este proceso hasta llegar a la pupación, donde los insectos pasan por una metamorfosis en la cual crean con su propia seda un capullo duro, que colgará boca abajo, esperando el momento de maduración para llegar a ser una mariposa (**Langley, 2020**).

La abeja (*Apis mellifera*)

Según **Farouk et al (2014)** las abejas vienen del grupo familiar de apiformes, las mismas que se diferencian por tener pelos plumosos en algunas partes de su cuerpo, además de que su pata posterior es más ancha que las que le siguen. Esta especie se caracteriza por ser robusta y peluda, pero posee un comportamiento asocial puesto que no permite que otras especies se alimenten de su polen ya que con este alimenta a sus crías y forma proteínas necesarias para su crecimiento.

Taxonomía de la abeja

Según **Farouk et al (2014)** la abeja posee una cabeza en la parte principal de su cuerpo que sostiene sus órganos sensoriales y bucales para sustraer el néctar y polen, segundo posee un tórax que se divide en dos partes, donde una posee alas anteriores que son más grandes que el par posterior, además de sus patas (primer par para limpieza de antenas, segundo par para manipulación de cera y tercer par para recolección de polen o propóleos), finalmente su segunda parte del tórax cuenta con un aguijón (2 mm de largo y 0.1 mm de ancho) y otra parte que produce cera.

Comportamiento social

Las abejas se ven afectadas por un comportamiento poco social sin llegar a la incidencia de agresividad, puesto que se caracteriza por no presentar comportamientos de ataque a menos de requerirlo, ya que llegan a copar todo el polen existente en su área de residencia, además de competir con otras especies de abejas por comida, compite por la zona de nidificación. Además posee una competencia por interferencia, donde otras especies de abejas fueron ahuyentadas por las abejas mielíferas por el robo de néctar puesto que el rastro de feromonas que deja la abeja tras visitar una planta marca de forma potencial la competencia con otras especies, además de la presencia de robo de nidos ya establecidos con anterioridad por una colonia de abejas mielíferas sin aguijón por otras con aguijón (**Agüero, y otros, 2017**).

Plantas angiospermas

Estas plantas se caracterizan por ser terrestres y adaptarse a ambientes acuáticos, por lo cual sobreviven en relación de dependencia con otras plantas o con asociaciones parasitarias o saprófitas, puesto que se alimentan principalmente de productos en estado de descomposición, lo que les permite colonizar rápidamente grandes zonas en todas las regiones tropicales del mundo (**Espinoza, 2018**).

Morfología de las plantas angiospermas

Las plantas angiospermas poseen órganos muy comunes como raíz, tallo, hojas y frutos, por la cual pueden adaptarse de acuerdo al crecimiento de su raíz, además de que su tallo funciona como almacenador de sustancias alimenticias y el procesador de alimento para la planta, y sus hojas, las cuales permiten el proceso de fotosíntesis y transpiración, para cumplir con la función de reproducción por sus verticilos florales (**Espinoza, 2018**).

Mecanismos de defensa

Según **Camacho et al (2020)** las plantas son considerados organismos que se mantienen en constante cambio y adaptación hacia el ambiente, por lo cual crean sus propias funciones de defensa, como son los metabolitos secundarios, los mismos que reducen la infestación de virus y bacterias o parásitos que afectan a la planta, pues sirven como filtros protectores de los rayos UV (ultravioleta). Además algunas plantas a través de su desarrollo han creado mecanismos como las espinas o sustancias químicas que segregan con objeto de afectar a los depredadores que intentan crear una plaga en su cuerpo.

Gracias a la respuesta evolutiva, las plantas crearon tres mecanismos para mantener su respuesta a factores externos y mantener su plazo de vida lo más largo posible, dentro de ellas se encuentran:

Adaptación: Para **Camacho et al (2020)** Permiten que los depredadores consuman ciertas partes de su cuerpo, mientras protegen las vitales, mediante los mecanismos de adaptación morfológica, yemas axilares y meristemos, dentro de su fisiología compensatoria y otros mecanismos de reproducción.

Tolerancia: Para **Camacho et al (2020)** establecen estrategias de reducción de la calidad nutritiva y la palatabilidad mediante la emisión de sabores desagradables y aspereza dentro de la textura de su cuerpo, que evite que los depredadores puedan alimentarse de ella.

Resistencia: Para **Camacho et al (2020)** incluyen a su cuerpo un desarrollo de protección que evite la pérdida de biomasa por el consumo de sus depredadores, por lo cual crean protecciones mecánicas y químicas, además de la simbiosis con otros animales como insectos para protegerse. Sus defensas se desarrollan de acuerdo a su crecimiento y este puede tener una variación en espacio y tiempo de acuerdo a sus necesidades.

2.3.3.4. Factores del Modelo de Harvard aplicado al reino de los insectos

Minimización de riesgo

La minimización de riesgos en los insectos parte del principio de resistencia, donde prevalece habitualmente las modificaciones genéticas que procuran un control biológico de las especies de los mismos, donde cualquier organismo puede llegar a ser un enemigo natural, ya sean estos benéficos o considerados como plaga, además de que existen ciertas enfermedades con microorganismos que procuran alimentarse del hospedador con el fin de llegar a su muerte, puesto que, al emplear una asociatividad entre especies, se logra reducir en gran medida esta propensión a ser afectados por depredadores (**Smith & Capinera, 2019**).

Calidad de vida

Dentro del mutualismo, los organismos involucrados buscan contribuir mutuamente a sobrevivir en su ecosistema, por lo cual adquieren comportamientos que permiten que su extensión geográfica se vea incrementada, además de su nicho ecológico, además de que gracias a esta relación la colonización de nuevos integrantes aumenta en gran porcentaje a diferencia de condiciones determinadas como normales, puesto que sería más difícil para cada especie (**Nolasco, 2019**).

Estrategias

Las características de nacer para proteger su colonia, luchar y caer en combate, son parte de la vida de un insecto, puesto que el mismo, se prepara para repeler a los invasores de acuerdo a estrategias y tácticas de acoso y derribo, además de combatir cuerpo a cuerpo con el uso de sus mandíbulas, o a su vez de formar alianzas con otras especies (**Chuet, 2017**).

Ventaja competitiva individual

“La ventaja competitiva individual de una hormiga es casi nula, puesto que las mismas tienden a no interactuar directamente con otros miembros de su colonia u con otros insectos” (**Barrantes, 2018**).

Ventaja competitiva conjunta

Las hormigas se organizan en subgrupos de acuerdo a su edad para determinar las tareas a realizar, además de que gracias a su capacidad de conjunción son capaces de comunicarse entre sí o con otras especies de acuerdo al uso de feromonas, sonidos efectuados por su cuerpo y el sentido de tacto (**Barrantes, 2018**).

Sobrevivencia

Para **Suárez et al (2019)** los insectos dentro de su etapa de evolución crearon estructuras corporales que se adapten al ecosistema y sus cambios, además de volverse resistentes, evitan la extinción masiva de los mismos mediante la alianza con otras colonias u especies diferentes que les permitan mantener su rango de vida o incrementarlo, además de facilitar el acceso a alimentación, entre otros.

Interrelación

Se considera común que entre insectos de distintas especies y entre insectos y plantas, se registre una interacción donde ambos salgan beneficiados, intercambiando

productos y servicios entre ellos que garantizan su supervivencia y reproducción a largo plazo en el entorno **(ProyectoTSP, 2016)**.

Voluntariedad

La relación de dependencia de ambas especies es voluntaria, debido a que el entorno de su ecosistema ha permitido que ambos salgan beneficiados a través de recursos o servicios que emiten, es por ello que sin esta alianza estratégica ninguno podría supervivir o el número de nuevas crías sería mínimo **(ProyectoTSP, 2016)**.

Autonomía

En el mundo de los insectos se evidencia que existe autonomía porque la invasión a las plantaciones se dan de manera paulatina, sin embargo la supervivencia con los depredadores han permitido que se asocien para poder sobrevivir. Así que se puede manifestar que de cierta manera son autónomos hasta la aparición de nuevos insectos, pájaros y demás amenazas **(ProyectoTSP, 2016)**.

Flexibilidad de afiliación

Existen especies que son flexibles con otras especies para poder cumplir con el principio de supervivencia, en el caso específico de los insectos, el proceso de movilidad, cuidado de sus crías y alimentación han permitido abrir brechas **(ProyectoTSP, 2016)**.

Carácter colectivo

Una buena alianza permite que la colaboración sea de manera positiva, aportando las dos especies se puede evidenciar que el comportamiento empieza a coordinarse que esta relación puede ser eterna **(ProyectoTSP, 2016)**.

Nivel de confianza

Las especies animales a diferencia de los humanos, llegan a establecer un nivel de confianza total, en donde pueden permitir comportamientos inclusivos dentro de sus propios sistemas como la crianza, transporte y alimentación (**ProyectoTSP, 2016**).

Crecimiento

“Si para cada población la tasa de crecimiento aumenta, entonces la interacción es de mutualismo o simbiosis” (**ProyectoTSP, 2016**).

2.3.3.5. Relación Hormiga- Pulgón

Las hormigas y pulgones mantienen una relación de mutualismo, puesto que ambas especies obtienen grandes beneficios gracias a la interacción mutua, siendo, que el pulgón recibe cuidados y protección por parte de la hormiga y a su vez, el pulgón provee de melaza excretada por su piel, de la cual la hormiga obtiene alimento. Además esta peculiar relación, menciona que el pulgón (*Paracletus cimiformis*), emiten sustancias similares a las que emiten las crías de la hormiga (*tetramorium*), por lo que, creen que son sus crías y las transportan hacia capsulas conocidas como “guarderías”, produciendo un incremento en su población y asegurando calidad de vida entre ambos (**InfoAgro, 2015**).

Muchos comparan la relación entre la hormiga y el pulgón, con la de los pastores a su rebaño, puesto que las hormigas cuidan de su rebaño para obtener los mejores productos, ya que pasan horas limpiando los cuerpos de los pulgones, retirando los exoesqueletos de las cinco mudas que suelen tener por temporada, además de transportarlos hacia otros lugares donde la planta aún no ha sido infectada por los pulgones, obteniendo de esta manera adelfas ricas en azúcares (**Ramos, 2013**).

Tabla 4 Relación Hormiga – Pulgón

Factores del Modelo de Harvard	Hormigas (<i>Lasius niger</i>)	Pulgones ceniciento (<i>Dysaphis plantaginea</i>) y el pulgón verde del manzano (<i>Aphis pomi</i>)
<i>Minimización de riesgo</i>	Escases de alimento	Protección contra depredadores.
<i>Calidad de vida</i>	Protección a cambio de comida.	
<i>Estrategias</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Emisión de feromonas para reconocer la presencia de depredadores en el terreno. • Desecho alimentario de melaza. • Anidación entre huevos de hormigas y pulgones. 	
<i>Ventaja competitiva individual</i>	Tamaño y destreza para combatir depredadores.	Fácil presa para los depredadores
<i>Ventaja competitiva conjunta</i>	Intercambio de un bien por un servicio (alimentación que anima a mantener la relación entre ambas especies).	
<i>Sobrevivencia</i>	Incremento de la tasa de natalidad para cada especie.	
<i>Interrelación</i>	Comportamiento confiable entre las especies genera una actitud de seguridad.	
<i>Voluntariedad</i>	Ambos acceden a satisfacer las necesidades del otro.	
<i>Autonomía</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Otras fuentes de alimento. • Capacidad de sobrevivencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alimentación.
<i>Flexibilidad de afiliación</i>	Capacidad de alianza con otros insectos fitófagos	No cuenta con un carácter sociable.
<i>Carácter colectivo</i>	Trabajan en conjunto para incrementar su nivel de bienestar en el entorno.	
<i>Nivel de confianza</i>	La reducción en el número de depredadores asociada a la presencia de hormigas osciló entre el 22% y el 38%.	
<i>Crecimiento</i>	Al considerar el efecto neto de las hormigas sobre las tres especies, se constató que la abundancia total de pulgones fue dos veces mayor en presencia de hormigas.	

Fuente: Miñarro (2010)

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

2.3.3.6. Relación Hormiga- Oruga

La relación entre orugas de mariposas y hormigas radica en la singularidad de que la mariposa ubica sus huevos en los meses estivales en hojas de plantas, donde las larvas se alimentan de estos vegetales, más sin embargo, al pasar los días estas caen al suelo y esperan ser adoptadas por hormigas que deambulen por la zona, ya que estas larvas de mariposa secretan feromonas que simulan los himenópteros de las larvas de las hormigas y estas deciden llevarlas a su hormiguero y cuidar de ellas, siendo así que estas larvas producen un saco nectario que segrega líquidos llenos de azúcar y aminoácidos que sirven de fuente de alimento y energía para las hormigas **(Gargantilla, 2020)**.

Otro ejemplo, es la oruga de *Narathyrá japónica*, la cual pasa toda su vida escondiéndose de depredadores como avispas y arañas que buscan alimentarse de la misma, por cual, estrecha lazos relacionales con las hormigas (*Pristomyrmex punctatus*), la cual le protege de estos depredadores a cambio de pequeñas gotas de néctar azucarado segregado por su propio cuerpo. Cuando la oruga extiende sus tentáculos segrega esta feromona y las hormigas entran en un estado de excitación y atacan a los insectos más próximos **(Zahumenszky, 2015)**.

Para efecto del presente estudio, se ha puesto en práctica los factores del Modelo de negociación de Harvard a la muestra tomada de los ejemplos de mutualismo en los insectos, donde se han aplicado los 13 factores del modelo, comparando así los mismos con el comportamiento presentado por cada pareja de insectos de acuerdo a cada enunciado.

Tabla 5 Relación Hormiga – Oruga

Factores del Modelo de Harvard	Hormiga (<i>Pristomyrmex punctatus</i>)	Oruga (<i>Narathyrja japónica</i>)
<i>Minimización de riesgo</i>	Reduce el riesgo de ataque por depredadores como avispas y arañas que tienden a alimentarse de esta especie de orugas, mientras que la hormiga se provee de la melaza excretada por la piel de la oruga.	
<i>Calidad de vida</i>	Complementan las necesidades absolutas de ambas especies, por lo que su nivel de vida se torna pleno hasta culminar con la etapa de mutualismo.	
<i>Estrategias</i>	<ul style="list-style-type: none"> • La oruga excreta feromonas que hacen creer a la hormiga que estas son sus crías. • Las hormigas protegen a las orugas dentro de sus madrigueras. 	
<i>Ventaja competitiva individual</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Puede alimentarse de otros seres. • Posee recursos para su protección y sobrevivencia individual. 	Debilidad ante depredadores durante su eclosión en el saco.
<i>Ventaja competitiva conjunta</i>	Las especies se complementan como proveedor (Oruga) brindando alimento continuo a la colonia entera, y seguridad (Hormiga) protegiendo y dotando de espacio.	
<i>Sobrevivencia</i>	Reducen el esfuerzo a buscar recursos fuera de su hábitat establecido.	
<i>Interrelación</i>	Aceptan relacionarse una especie con otra para mantener su calidad de vida alta y además obtener alianzas estratégicas que beneficien su estatus.	
<i>Voluntariedad</i>	Aceptan relacionarse con objeto de beneficiarse de los recursos y servicios que entre ellos.	
<i>Autonomía</i>	La hormiga puede alimentarse de otros insectos, pero la oruga durante su estadía en el saco es fácil presa de depredadores.	
<i>Flexibilidad de afiliación</i>	La hormiga posee aptitud para afiliarse con otras especies, la oruga no lo hace.	
<i>Carácter colectivo</i>	Las dos especies realizan acuerdos de beneficio mutuo por lo cual aceptan cumplir con los objetivos conjuntos sin lugar a dudas.	
<i>Nivel de confianza</i>	La oruga al reconocer la presencia de depredadores inmediatamente libera toxinas para llamar la atención de las hormigas y puedan defenderse ante estos atacantes.	
<i>Crecimiento</i>	Las hormigas se separan de sus nidos subterráneos hasta cumplir con su etapa de servicio.	Los capullos de oruga se mantienen en el mismo número desde su eclosión, hasta su evolución a mariposa.

Fuente: Julião (2020)

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

2.3.3.7. Relación Abeja- Planta angiosperma

Dentro del mutualismo, la mejor interacción entre organismos de relación simbiótica es mediante la polinización, siendo la relación entre la abeja y una planta angiosperma, puesto que la abeja aprovecha para alimentarse del polen y fabricar miel y panales, siendo a su vez que la flor recibe el servicio de transporte de su polen a otras plantas, permitiendo la reproducción de las mismas (Salgado, 2016).

Para mayor explicación de esta relación, se comprende que la abeja al extraer el néctar de las flores, se llena sus patas y pelaje de polen salido de los estambres, luego la abeja se dirige hacia otras flores, donde deja el polen en el estigma de otra flor, siendo así donde esta germina y fecunda los óvulos de las flores, para la producción de semillas y frutos (Rubio, 2017).

Tabla 6 Relación Abeja y Planta Angiosperma

Factores del Modelo de Harvard	Abeja	Planta Angiosperma
<i>Minimización de riesgo</i>	Alto índice de vegetación que permite una alimentación asegurada.	La polinización puede ser tan importante para la producción como el agua o los fertilizantes agrícolas
<i>Calidad de vida</i>	Los insectos obtienen alimento y la flor asegura su reproducción.	
<i>Estrategias</i>	Recolección de la cantidad suficiente de polen	Polinización autónoma
<i>Ventaja competitiva individual</i>	Tienen el cuerpo cubierto de pelos que recogen fácilmente miles de gránulos de polen cuando se mueven al interno de las flores.	Las flores de las plantas polinizadas por Insectos presentan adaptaciones para atraer a los agentes polinizadores.
<i>Ventaja competitiva conjunta</i>	Transporte del polen (gametos masculinos) hasta la parte sexual femenina de las flores (estigma).	
<i>Sobrevivencia</i>	Las abejas asumen un papel importante en la naturaleza, ya que contribuyen a la reproducción entre plantas recibiendo a cambio alimento.	
<i>Interrelación</i>	La sensibilización sobre el valor de la polinización por insectos.	

<i>Voluntariedad</i>	Polinización por insectos.	
<i>Autonomía</i>	Donde existen plantas en flor existirán también las abejas.	Nunca utilizar insecticidas cuando las flores estén abiertas; los insectos se posan en las plantas florecidas y son envenenados por estos productos químicos.
<i>Flexibilidad de afiliación</i>	La tendencia a concentrar cultivos particulares en ciertas áreas intensifica las fuentes de sustento para los insectos.	
<i>Carácter colectivo</i>	Una adecuada polinización por insectos influye tanto en la cantidad como en la calidad de la cosecha.	
<i>Nivel de confianza</i>	Las abejas visitan solamente una especie de flor durante cada uno de sus viaje	
<i>Crecimiento</i>	Cuando las condiciones de crecimiento son favorables, las mismas especies del cultivo pueden coexistir en una secuencia de estados de crecimiento.	

Fuente: Simon, Abdelaziz, & Arroyo (2018)

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

3. Herramientas estadísticas de la investigación

3.1. Matriz de doble entrada

Los autores **Marcano et al (2015)** mencionan que la matriz de doble entrada, pertenece a un cuadro donde tanto filas y columnas coinciden por cada cuadrante, permitiendo comparar dos variables convirtiéndolas en un par al cual se le asigna un valor a cada variable que se aborda, lo cual permite un nivel de confianza en el juicio de expertos que permita obtener valores prioritarios, el cual representa que un elemento domina al otro dado un atributo impuesto.

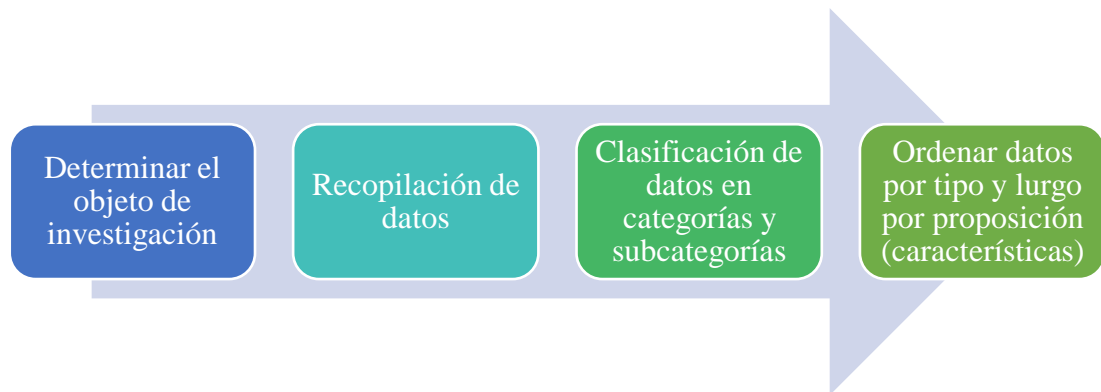
3.1.1. Característica y utilidad de la Matriz De Doble Entrada

Las matrices de doble entrada sirven para organizar y comparar información de forma rápida, para la cual es necesario realizar una recolección de datos minuciosa, en la cual se debe agrupar posteriormente los datos en categorías y subcategorías, lo

que permita a su vez analizar detalladamente los resultados de dos o más categorías al mismo tiempo (Sánchez, 2018).

El proceso de elaboración de una matriz de doble entrada es:

Figura 16 Proceso de Matriz de doble entrada



Fuente: Sánchez (2018)

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

3.2. Diagrama de Pareto

Según Gándara (2014) menciona que un diagrama de Pareto es una gráfica que permite conocer de forma ordenada de acuerdo a la importancia, la frecuencia u ocurrencia de distintas causas hacia un problema, donde se conceptualizan principios universales, ya que este grupo de factores a analizar contribuyen a resultar en un efecto en común, siendo así que los más frecuentes llegan a ser los responsables directos de dicho efecto.

3.2.1. Característica y utilidad del Diagrama de Pareto

El diagrama de Pareto o también denominado curva 80-20, es una gráfica que sirve para organizar datos de acuerdo al orden descendente, permitiendo asignar prioridades a cada factor, de acuerdo a un grupo de elementos o factores que surgen en un efecto, tomando como principio (pocos vitales y muchos triviales), ubicando en la gráfica los pocos vitales del lado izquierdo y los muchos triviales en la parte derecha del mismo (Escamilla & Alvarez, 2019).

En el presente Diagrama de Pareto, se busca analizar, los elementos pertinentes que provocan un fallo en la relación ganar-ganar entre empresas ancla y microempresas, además de analizar los mismos elementos de acuerdo al mutualismo en los insectos, permitiendo conocer los efectos de los mismos de acuerdo a aquellos aspectos negativos poco vitales para un modelo de asociatividad ideal.

3.3.Coeficiente de correlación de Pearson

Según **Roy et al (2019)** el coeficiente de Pearson creado en 1877 es un indicador que se emplea para descubrir la fuerza de relación entre variables cuantitativas, además de determinar la tendencia de esas variables para reunirse en un punto de la recta, incluyendo la covarianza considerando la suma de los productos XY o la raíz del producto de los cuadros de las dos variables.

Su fórmula es:

$$T_e = \frac{n\Sigma XY (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{[n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2][n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Para **Roy et al (2019)** El coeficiente de correlación puede determinarse en un rango ente -1 y +1 por lo cual un resultado neutro (0) significa que no existe relación entre las dos variables. Lo recomendable es que el valor se encuentre lo más cercano a 1, lo cual indicaría la fuerza de asociación (0.20 débil; 0.50 moderada; 0.80 buena; 1.00 perfecta).

OBJETIVOS

Objetivo general

Relacionar el efecto ganar- ganar entre empresas ancla y microempresas, con el mutualismo en los insectos.

Objetivos específicos

1. Fundamentar teóricamente la asociatividad empresarial y el mutualismo en los insectos.
2. Analizar las características de asociatividad empresarial y el mutualismo en los insectos desde la perspectiva ganar- ganar.
3. Investigar el nivel de correlación existente entre el modelo de asociatividad de tipo empresa ancla y el mutualismo en los insectos.

CAPÍTULO II.- METODOLOGÍA

2.1. MATERIALES

Para objeto de la investigación se han empleado los siguientes materiales:

- Computadora
- Libros
- Revistas
- Flash memory
- Impresora

Además para la recolección de información propia de las dos variables de estudio se ha empleado el estudio bibliográfico y la formulación de una entrevista aplicada a tres microempresarios de acuerdo a su sector económico (Ver Anexos).

2.2. MÉTODOS

La presente investigación se desarrolló con un enfoque cuantitativo, realizando un diagrama de Pareto basado en los elementos del modelo de negociación de Harvard. Se contrastó los resultados recopilados formulando la hipótesis del efecto ganar-ganar entre mutualismo de insectos y asociatividad empresarial. Y un enfoque cualitativo, donde se aplicó un cuadro de doble entrada, donde se comparan las características resultantes del estudio del diagrama de Pareto, y el análisis de los factores de éxito.

Dentro del estudio de las variables de asociatividad y mutualismo, el equipo investigador planteó dos hipótesis, las cuales a continuación serán demostradas:

- H_1 : Los factores de la asociatividad de las empresas son los mismos que utilizan los insectos para asociarse.
- H_0 : Los factores de la asociatividad de las empresas no son similares a los que utilizan los insectos para asociarse.

Para objeto de estudio en el presente trabajo se analizó el tipo de Asociatividad de Empresa Ancla. La segmentación de las empresas analizadas se clasifican de acuerdo al tipo de negocio que ejercen las microempresas de cada sector económico (primario, secundario y terciario). Se ha escogido aleatoriamente tres microempresas que mantengan vínculos como proveedores de empresas consideradas “ancla” en Ecuador.

La entrevista a aplicarse consta de trece preguntas, de acuerdo a los factores presentes en el Modelo de negociación de Harvard (Ganar-ganar), donde el entrevistado posee la alternativa de reconocer si existen problemas o no dentro de su relación con una empresa ancla; además de constar con una explicación detallada del porqué de la respuesta. Por otro lado, se ha realizado un estudio bibliográfico que ha permitido relacionar mediante estudios biológicos realizados anteriormente los trece factores del Modelo de Harvard con las características comportamentales que poseen los insectos en su vida cotidiana.

Para la aplicación del modelo de correlación, se ha empleado el uso de una matriz de doble entrada, mediante la cual, se han comparado los tres tipos de relación entre insectos y tres relaciones entre microempresas y empresas ancla. De acuerdo a la segunda variable que pertenece a los factores presentes en el Modelo de negociación de Harvard (Ganar-ganar).

Mediante la recolección de información primaria mediante entrevistas y estudios bibliográficos, se ha asignado los pesos correspondientes a cada factor, donde;

- Si = 0 (No presenta problemas)
- No =1 (Presenta problemas)

Al construir un marco de reconocimiento de problemas, se procede a aplicar un estudio estadístico de Diagrama de Pareto, el cual permitió conocer los resultados tanto en el mutualismo como en la relación ganar-ganar (asociatividad).

En una perspectiva positiva se analizó los factores en un rango de 0% a 100%, de acuerdo a los resultados se diagramó el gráfico de Pareto principal para poder determinar el grado de cumplimiento del modelo. Una vez obtenida esta primera gráfica, se procedió a determinar los factores negativos vitales y no vitales de cada relación, englobando en una tabla las ponderaciones y el porcentaje de participación perjudicial utilizando un gráfico de pastel.

Posterior a eso, se realizó un análisis de los datos y se procede a estudiar la relación entre las dos variables de estudio (asociatividad y mutualismo). Esto permitió conocer el grado de coincidencia entre las mismas, probando la severidad de la hipótesis previamente planteada acerca de la relación entre el comportamiento empresarial y el reino animal (insectos).

Mediante el uso de diagramas de Pareto comparamos los defectos vitales y no vitales en los dos casos de estudio: las empresas e insectos. Basándose en una tabla de ponderaciones total, que permitió diagnosticar los factores clave de éxito de cada variable a analizar propuestos por el Modelo de Harvard se ha elaborado una matriz de doble entrada que indican una ponderación de acuerdo a los siguientes parámetros;

1= presenta problemas

0= no presenta problemas

CAPÍTULO III.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Mutualismo en insectos

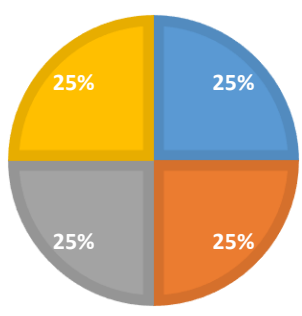
Se evidencia que existe un trueque o intercambio biológico que ha generado una evolución en el comportamiento de las especies. Esta asociación es de vital importancia para la supervivencia y se estableció un vínculo de dependencia permanente. Las interacciones entre hormigas - pulgones; orugas de mariposas - hormigas; y abejas –plantas angiospermas, pueden clasificarse en mutualismo basado en relación servicio- recurso natural, debido al que intercambio que se mantiene es un tipo de sustancia por un comportamiento o conducta benéfica.

La matriz de doble entrada, se basó en conductas analizadas bibliográficamente, ubicando una ponderación de acuerdo al beneficio mutuo, tomando en cuenta que es un estudio nuevo se interpreta los escenarios positivos y negativos dentro de los factores de éxito.

Para la ponderación se ha establecido el criterio; 1= presenta problemas ó 0= no presenta problemas.

Escenario actual

Tabla 7 Relación Hormiga-Pulgón

Factores del Modelo de Harvard	Hormigas	Pulgones	<div style="text-align: center;"> HORMIGAS- PULGONES </div> <div style="display: flex; justify-content: center; gap: 10px; margin-top: 5px;"> <div style="display: flex; align-items: center; gap: 5px;"> Minimización de riesgo</div> <div style="display: flex; align-items: center; gap: 5px;"> Autonomía</div> <div style="display: flex; align-items: center; gap: 5px;"> Ventaja competitiva conjunta</div> <div style="display: flex; align-items: center; gap: 5px;"> Supervivencia</div> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">  </div>
Minimización de riesgo	1	0	
Calidad de vida	0	0	
Estrategias	0	0	
Ventaja competitiva individual	0	1	
Ventaja competitiva conjunta	0	0	
Supervivencia	0	0	
Interrelación	0	0	
Voluntariedad	0	0	
Autonomía	0	1	
Flexibilidad de afiliación	0	1	
Carácter colectivo	0	0	
Nivel de confianza	0	0	
Crecimiento	0	0	

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

Análisis e interpretación:

Dentro de la relación entre hormiga y pulgón, se puede observar que existen cuatro factores clave que presentan problemas al momento en que estas dos especies interactúan entre sí. Tras la sumatoria del total de defectos encontrados en el ejemplo, ha sido sumado y tomado como una totalidad como 100% del cual se dividió para obtener el porcentaje correspondiente para cada factor que presenta problemas. Siendo así, la minimización de riesgos (25%); autonomía (25%); ventaja competitiva conjunta (25%); y la sobrevivencia (25%) forman parte de las complicaciones que en conjunto mediante el mutualismo estas especies no han logrado resolver para cumplir con los factores clave del Modelo de negociación de Harvard.

Sin embargo, los factores que si cumple esta pareja de insectos dentro de su relación mutualista son la calidad de vida, estrategias, ventaja competitiva conjunta, sobrevivencia, interrelación, voluntariedad, carácter colectivo, nivel de confianza y crecimiento, que llegan a ser las particularidades mediante las cuales estas especies logran incrementar su población y el nivel de calidad de vida.

Análisis Hormiga - Oruga

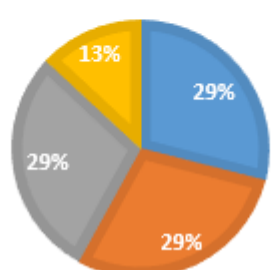
Para la ponderación se ha establecido el criterio; 1= presenta problemas ó 0= no presenta problemas.

Tabla 8 Relación Hormiga-Oruga

Factores del Modelo de Harvard	Hormiga	Oruga
Minimización de riesgo	0	0
Calidad de vida	0	0
Estrategias	0	0
Ventaja competitiva individual	1	1
Ventaja competitiva conjunta	0	0
Sobrevivencia	0	0
Interrelación	0	0
Voluntariedad	0	0
Autonomía	1	1
Flexibilidad de afiliación	1	1
Carácter colectivo	0	0
Nivel de confianza	0	0
Crecimiento	1	0

HORMIGAS- ORUGAS

- Ventaja competitiva individual
- Autonomía
- Flexibilidad de afiliación
- Crecimiento



Categoría	Porcentaje
Ventaja competitiva individual	29%
Autonomía	29%
Flexibilidad de afiliación	29%
Crecimiento	13%

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

Análisis e interpretación:

Para la hormiga y la oruga existen particularidades mediante las cuales ejecutan con éxito una relación mutualista, donde los factores que benefician la perpetuación de esta acción se ven guiados por la minimización de riesgo, calidad de vida, estrategias, ventaja competitiva conjunta, sobrevivencia, interrelación, voluntariedad, carácter colectivo y nivel de confianza, mediante las cuales han sabido conjuntar sus capacidades para sobrevivir en su medio ambiente. Por ello, tras la sumatoria del total de defectos encontrados en el ejemplo, ha sido sumado y tomado como una totalidad como 100% del cual se dividió para obtener el porcentaje correspondiente para cada factor que presenta problemas.

Siendo así, se puede encontrar que la ventaja competitiva individual (29%), la cual se da por la dependencia que tienen ambas especies para sobrevivir; además de la autonomía (29%), puesto que al mantener un estado de dependencia, su rango de vida se limita además de su capacidad de aprovisionamiento en solitario; la flexibilidad de afiliación (29%) debido a que otros insectos se consideran depredadores, lo cual reduce la cantidad de opciones para afiliarse entre sí; y finalmente el crecimiento (14%), mismo que se ve afectado para las hormigas debido a que el tiempo que transcurre al cuidar a la oruga durante su transición a mariposa, las hormigas tienden a dejar su colonia y las orugas se alimentan de sus huevos reduciendo notablemente el crecimiento de su población.

Análisis Abeja – Planta

Para la ponderación se ha establecido el criterio; 1= presenta problemas ó 0= no presenta problemas.

Tabla 9 Relación Abeja-Planta Angiosperma

Factores del Modelo de Harvard	Abeja	Planta angiosperma
Minimización de riesgo	0	1
Calidad de vida	0	0
Estrategias	0	0
Ventaja competitiva individual	0	0
Ventaja competitiva conjunta	0	0
Sobrevivencia	0	0
Interrelación	0	0
Voluntariedad	0	0
Autonomía	0	1
Flexibilidad de afiliación	1	1
Carácter colectivo	0	0
Nivel de confianza	0	0
Crecimiento	0	0

ABEJAS- PLANTAS ANGIOSPERMA

- Flexibilidad de afiliación
- Minimización de riesgo
- Autonomía

A pie chart titled 'ABEJAS- PLANTAS ANGIOSPERMA' showing the distribution of three factors. The green section represents 'Flexibilidad de afiliación' at 50%, the yellow section represents 'Autonomía' at 25%, and the blue section represents 'Minimización de riesgo' at 25%.

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

Análisis e interpretación:

Para la abeja y la planta angiosperma mantener una relación de mutuo beneficio ha sido una clase de mutualismo que ha sobrevivido al pasar de los años, y esto se da ya que esta relación presenta escasos problemas a lo largo de su actividad. Tras la sumatoria del total de defectos encontrados en el ejemplo, ha sido sumado y tomado como una totalidad como 100% del cual se dividió para obtener el porcentaje correspondiente para cada factor que presenta problemas.

Siendo así, se contempla que la flexibilidad de afiliación (50%) dado el carácter antisocial de la abeja, y la necesidad de polinización de la planta angiosperma, reducen su capacidad de alianza con otras especies ya que la fidelización de las mismas genera seguridad; además de la minimización de riesgo (25%) debido a que la abeja no puede proteger a la planta de la presencia de depredadores o plagas en su tallo; y la autonomía (25%) ya que la planta angiosperma requiere de que la abeja transporte los recursos necesarios para la polinización y propagación de la especie.

Pese a ello, existe una gran cantidad de beneficios percibidos por esta relación, dentro de la cual se puede rescatar el incremento en calidad de vida, el uso de estrategias, ventaja competitiva individual por su capacidad de alianza con otras especies polinizadoras, ventaja competitiva conjunta, sobrevivencia en el medio, interrelación, voluntariedad, carácter colectivo, nivel de confianza y el crecimiento de ambas especies.

Diagrama de Pareto (Insectos):

Se ha realizado la ponderación correspondiente, donde, 1= presenta problemas y 0= no presenta problemas, por lo tanto, se toma en consideración para el cálculo de la frecuencia, la sumatoria de cada factor de acuerdo a cada par presente en los tres ejemplos presentados de mutualismo en los insectos, siendo así, que la frecuencia máxima a presentarse será de 6 puntos (todos los pares de insectos presentan problemas) y la menor de 0 puntos (ninguno de los pares de insectos presentan problemas) en los factores del Modelo de Negociación de Harvard.

Para la obtención de los datos de la frecuencia se ha tomado en consideración la sumatoria total de cada defecto por factor presentado por cada par de insectos en el modelo de mutualismo, como por ejemplo:

Tabla 10 Ejemplo sumatoria de frecuencia por factor

Factores del Modelo de Harvard	Hormiga	Pulgón	Hormiga	Oruga	Abeja	Planta Angiosperma	Total sumatoria
Autonomía	0	1	1	1	0	1	4

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

Tabla 11 Frecuencia de Factores en Insectos

Factores del Modelo de Harvard	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada	Porcentaje relativo	Porcentaje relativo acumulado
Flexibilidad de afiliación	5	5	33%	33%
Autonomía	4	9	27%	60%
Ventaja competitiva individual	3	12	20%	80%
Minimización de riesgo	2	14	13%	93%
Crecimiento	1	15	7%	100%
Calidad de vida	0	15	0%	100%
Estrategias	0	15	0%	100%
Ventaja competitiva conjunta	0	15	0%	100%
Sobrevivencia	0	15	0%	100%
Interrelación	0	15	0%	100%
Voluntariedad	0	15	0%	100%
Carácter colectivo	0	15	0%	100%
Nivel de confianza	0	15	0%	100%
Total	15		100%	

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

Análisis e interpretación:

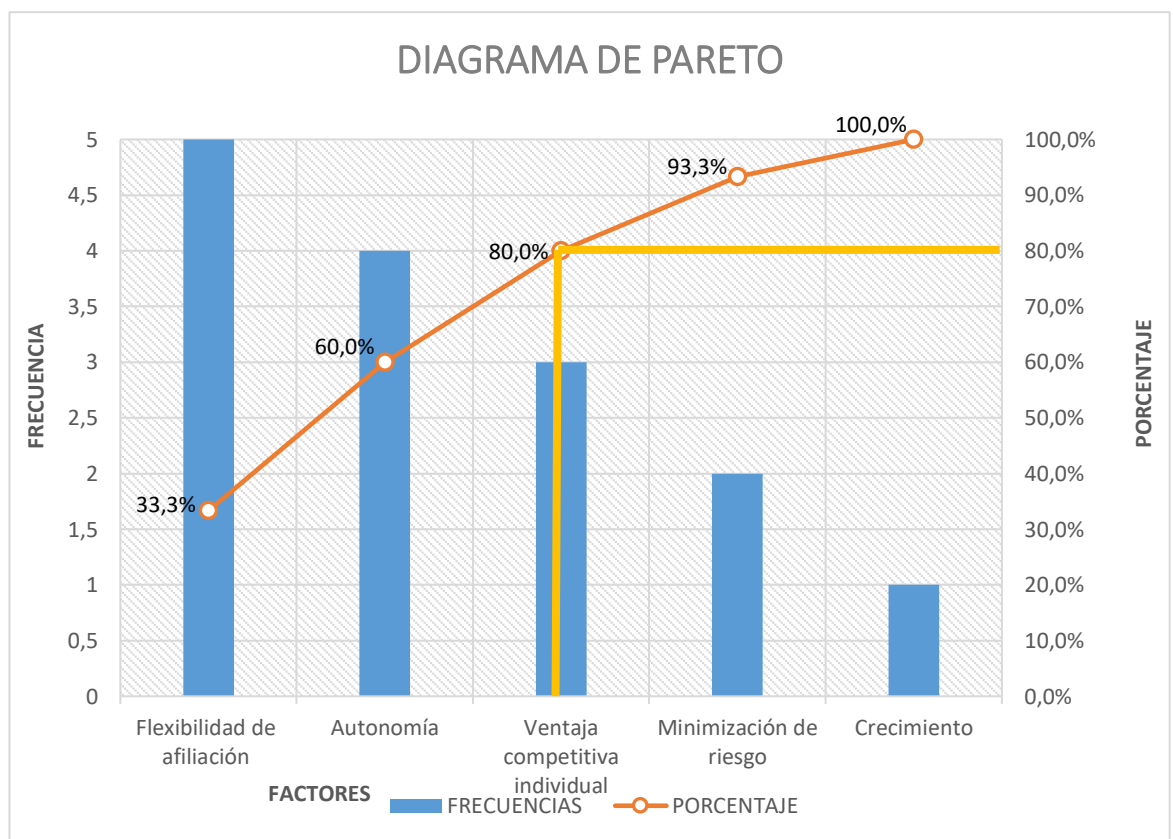
El modelo de mutualismo en los insectos emplea comportamientos similares al modelo de negociación de Harvard (ganar-ganar) en sus funciones con el objeto de mantener el equilibrio conjunto procurando la perpetuación de especie y maximización de territorio por cada uno de los mismos. Del 100% de factores, el 33% corresponde a la presencia de problemas (1), dentro de la cual se encuentran la flexibilidad de afiliación con otros insectos, la autonomía para sobrevivir independientemente de la relación, la ventaja competitiva individual por la incapacidad de defenderse de los depredadores, la minimización de riesgo gracias a la presencia excesiva de especies que se alimentan de estos insectos.

Pese a ello, existen factores donde no se presentan problemas (0) que facilitan el cumplimiento de los requisitos del modelo ganar-ganar, el uso de mejora de calidad de vida, el uso de estrategias en la toma de decisiones, la excesiva ventaja competitiva conjunta, el incremento de la sobrevivencia en el territorio donde se pueblan las

especies, la interrelación entre las mismas, la voluntariedad dado que la relación se establece en base al nivel de confianza por parte de las dos especies y el carácter colectivo que permite una colaboración mutua.

Problemas presentados por los insectos en el modelo de mutualismo de acuerdo al Diagrama de Pareto

Figura 17 Diagrama de Pareto Insectos



Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

Tabla 12 Factores con defectos vitales y no vitales en Insectos

Factores con defectos vitales	Factores con defectos no Vitales
Flexibilidad de Afiliación	Minimización de riesgo
Autonomía	Crecimiento
Ventaja competitiva individual	

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

Basado en la figura 17 se ha realizado un análisis mediante una tabla de frecuencia, de donde se pudo deducir los factores que presentan defectos vitales son la flexibilidad de afiliación, autonomía y ventaja competitiva. Por otro lado, los factores con defectos no vitales son la minimización de riesgo y el crecimiento en el modelo de mutualismo en los insectos.

Análisis e interpretación:

Se puede evidenciar en la gráfica que del 100% del total de factores de éxito, el 80% corresponden a factores con defectos vitales como, flexibilidad de afiliación con 33% dado que se dificulta la búsqueda de otras especies de insectos para formar una interrelación, autonomía con 27% por la dependencia de las partes por el servicio-recurso que perciben y ventaja competitiva individual con 20% ya que algunas especies requieren la protección de otras para sobrevivir en el medio. Sin embargo, el 20% de factores con defectos no vitales pertenecen a minimización de riesgo con 13% y crecimiento con 7%; es decir que esta relación mutualista no incluye factores técnicos administrativos que se imponen en el modelo de negociación de Harvard porque los consideran innecesarios.

Asociatividad entre empresas ancla y microempresas

La asociación empresarial tiene una influencia relevante en el mundo, por lo cual muchas de sus decisiones pueden afectar o no a sus escenarios internos y externos. Una de estas decisiones es la de asociarse entre empresas, específicamente entre empresas ancla y microempresas, generando un modelo de alianza estratégica. En este ámbito prevalece el intercambio de servicios y recursos para bienestar de cada parte interesada. Posterior a la aplicación de entrevistas a dueños de microempresas de cada sector económico, se recolectó la siguiente información que detalla los errores presentados dentro de la aplicación del modelo de Asociatividad por empresa ancla.

Escenario actual

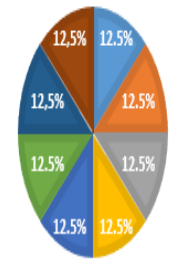
Para la ponderación se ha establecido el criterio; 1= presenta problemas ó 0= no presenta problemas.

Tabla 13 Relación Huerto de Will-Planhofa

SECTOR PRIMARIO		
Factores del Modelo de Harvard	Huerto de Will (Distribuidor de Fresas)	Planhofa (Fabricante de mermelada)
Minimización de riesgo	0	0
Calidad de vida	1	0
Estrategias	1	0
Ventaja competitiva individual	1	0
Ventaja competitiva conjunta	0	0
Sobrevivencia	1	0
Interrelación	0	0
Voluntariedad	1	0
Autonomía	0	0
Flexibilidad de afiliación	1	0
Carácter colectivo	0	0
Nivel de confianza	1	0
Crecimiento	1	0

HUERTO DE WILL - PLANHOFA

- Calidad de vida
- Estrategias
- Ventaja competitiva individual
- Supervivencia
- Voluntariedad
- Flexibilidad de afiliación
- Nivel de confianza
- Crecimiento



Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

Análisis e interpretación:

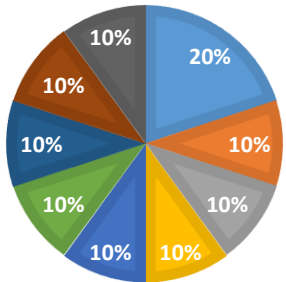
Dentro de la relación entre la microempresa Huerto de Will y Planhofa, existen factores que han sido considerados para beneficio de ambas partes, es decir que no presentan problemas (0). Se encuentra algunos factores como son; la minimización de riesgo del negocio ante la competencia, ventaja competitiva conjunta por la presenta que la empresa ancla brinda al microempresario, la interrelación y comunicación que mantienen para establecer términos de negocio del producto, la autonomía para manejar su producción fuera de la relación a clientes minoristas. Tras la sumatoria del total de defectos encontrados en el ejemplo, ha sido sumado y tomado como una totalidad como 100% del cual se dividió para obtener el porcentaje correspondiente para cada factor que presenta problemas.

Siendo así, los factores que presentan problemas (1), la calidad de vida (12%) debido a la venta indirecta del producto y el decremento del precio ideal por lote, además de las estrategias (12%) dentro de las cuales no se toma en consideración la opinión del microempresario para fines de toma de decisión de la alta gerencia, lo que reduce el nivel de confianza entre las partes (13%), además de la escasa ventaja competitiva individual (12%) y sobrevivencia (12%) debido al tamaño del negocio, la voluntariedad (13%) puesto que la alianza se dio en términos de necesidad del microempresario, siendo así que se reduce la capacidad de flexibilidad de afiliación por el tipo de negocio (13%), finalmente reduciendo su crecimiento (13%) por factores internos y externos que afectan a las actividades realizadas por los microempresarios.

Análisis COVECAL y Carrocerías M&L

Para la ponderación se ha establecido el criterio; 1= presenta problemas ó 0= no presenta problemas.

Tabla 14 Relación Covecal-Carrocerías M&L

SECTOR SECUNDARIO			COVECAL - CARROCERÍAS M&L
Factores del Modelo de Harvard	COVECAL (Fabricante de parabrisas y ventanas)	Carrocerías M&L	
Minimización de riesgo	1	0	<div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 5px;"> ■ Crecimiento ■ Minimización de riesgo ■ Calidad de vida ■ Estrategias ■ Ventaja competitiva individual ■ Supervivencia ■ Voluntariedad ■ Autonomía ■ Nivel de confianza </div> 
Calidad de vida	1	0	
Estrategias	1	0	
Ventaja competitiva individual	1	0	
Ventaja competitiva conjunta	0	0	
Supervivencia	1	0	
Interrelación	0	0	
Voluntariedad	1	0	
Autonomía	1	0	
Flexibilidad de afiliación	1	0	
Carácter colectivo	0	0	
Nivel de confianza	1	0	
Crecimiento	1	1	

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

Análisis e interpretación:

Para la relación entre COVECAL y Carrocerías M&L se han presentado escenarios que dificultan la perpetuación de una relación ganar-ganar en su modelo de asociatividad. Dentro de la misma se han presentado problemas (1), donde tras la sumatoria del total de defectos encontrados en el ejemplo, ha sido sumado y tomado como una totalidad como 100% del cual se dividió para obtener el porcentaje correspondiente para cada factor que presenta problemas.

Siendo así, se encuentra que los factores que presentan defectos son; la minimización de riesgo(10%) ante la presencia de pérdidas de pedidos por la pandemia covid-19; además de que reduce su calidad de vida (10%), la inexistencia de estrategias (10%) que mejoren la ventaja competitiva individual (10%) del microempresario, su sobrevivencia (10%), adicionalmente su necesidad de afiliación dada la escasa autonomía (10%) y flexibilidad de afiliación (10%), lo cual no permite que su relación se dé voluntariamente (10%), y reduce el nivel de confianza (10%) y crecimiento (20%) del microempresario. Pese a ello, dentro de sus puntos fuertes del negocio se contempla la ventaja competitiva conjunta gracias a la fidelidad de la empresa ancla con el microempresario. La interrelación y correcta comunicación en la emisión de pedidos que crea un ambiente de carácter colectivo para el cumplimiento de sus objetivos.

Análisis MAXI-AHORRO y GAD de Taisha

Para la ponderación se ha establecido el criterio; 1= presenta problemas ó 0= no presenta problemas.

Tabla 15 Relación Maxi-Ahorro-GAD de Taisha

SECTOR TERCIARIO		
Factores del Modelo de Harvard	MAXI-AHORRO (Distribuido ra de productos de primera necesidad)	GAD DE TAISHA
Minimización de riesgo	1	0
Calidad de vida	1	0
Estrategias	1	0
Ventaja competitiva individual	1	0
Ventaja competitiva conjunta	0	0
Sobrevivencia	1	0
Interrelación	0	0
Voluntariedad	1	0
Autonomía	0	0
Flexibilidad de afiliación	1	1
Carácter colectivo	0	0
Nivel de confianza	1	0
Crecimiento	1	1

MAXIAHORRO - GAD DE TAISHA

- Flexibilidad de afiliación
- Crecimiento
- Minimización de riesgo
- Calidad de vida
- Estrategias
- Ventaja competitiva individual
- Supervivencia
- Voluntariedad
- Nivel de confianza

Factor	Porcentaje
Flexibilidad de afiliación	18.5%
Crecimiento	18.5%
Supervivencia	9%
Voluntariedad	9%
Nivel de confianza	9%
Calidad de vida	9%
Estrategias	9%
Ventaja competitiva individual	9%

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

Análisis e interpretación:

El cantón Taisha es el escenario donde la microempresa Maxi-Ahorro y el GAD (Gobierno autónomo descentralizado) de Taisha ejecutan sus funciones dentro de la asociatividad. Ambas mantienen una relación exitosa gracias al crédito directo ofrecido por la microempresa al mercado laboral del GAD del cantón. Siendo así, que en esta relación se presentan diversos problemas donde tras la sumatoria del total de defectos encontrados en el ejemplo, ha sido sumado y tomado como una totalidad como 100% del cual se dividió para obtener el porcentaje correspondiente para cada factor que presenta problemas.

Dentro de los factores que presentan defectos podemos contemplar; la reducción de la flexibilidad de afiliación (19%) debido a la escasez de negocios en el territorio, además de que el negocio no se puede expandir por la corta población existente en la zona lo que reduce su crecimiento (18%), por lo cual, no existe una minimización en el riesgo de mortalidad de su negocio (9%), por lo tanto también decrece su calidad de vida (9%), además del no uso de estrategias (9%) que dan pie a la deficiencia de la ventaja competitiva individual (9%), lo que a largo plazo reducirá la capacidad de sobrevivencia (9%) del negocio, ya que como la relación se ha dado bajo el precepto de necesidad por ambas partes negociadoras, no se efectuó de forma voluntaria (9%), reduciendo considerablemente el nivel de confianza (9%) entre los actores.

Diagrama de Pareto (Empresas):

Se ha realizado la ponderación correspondiente, donde, 1= presenta problemas y 0= no presenta problemas; por lo tanto, se toma en consideración para el cálculo de la frecuencia, la sumatoria de cada factor de acuerdo a cada par presente en los tres ejemplos presentados de asociatividad de tipo empresa ancla. Siendo así, la frecuencia máxima a presentarse será de 6 puntos (todos los pares de empresas presentan problemas) y la menor de 0 puntos (ninguno de los pares de empresas presentan problemas) en los factores del Modelo de Negociación de Harvard.

Para la obtención de los datos de la frecuencia se ha tomado en consideración la sumatoria total de cada defecto por factor presentado por cada par de insectos en el modelo de mutualismo, como por ejemplo:

Tabla 16 Ejemplo sumatoria de frecuencia por factor

Factores del Modelo de Harvard	Huerto de Will	Planhofa	COVECAL	Carrocerías M&L	Maxi-Ahorro	GAD Taisha	Total sumatoria
Crecimiento	1	0	1	1	1	1	5

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

Tabla 17 Frecuencia de Problemas presentados en Empresas

Factores del Modelo de Harvard	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada	Porcentaje relativo	Porcentaje relativo acumulado
Crecimiento	5	5	17%	17%
Flexibilidad de afiliación	4	9	13%	30%
Calidad de vida	3	12	10%	40%
Estrategias	3	15	10%	50%
Ventaja competitiva individual	3	18	10%	60%
Sobrevivencia	3	21	10%	70%
Voluntariedad	3	24	10%	80%
Nivel de confianza	3	27	10%	90%
Minimización de riesgo	2	29	7%	97%
Autonomía	1	30	3%	100%
Ventaja competitiva conjunta	0	30	0%	100%
Interrelación	0	30	0%	100%
Carácter colectivo	0	30	0%	100%
Total	30		100%	

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

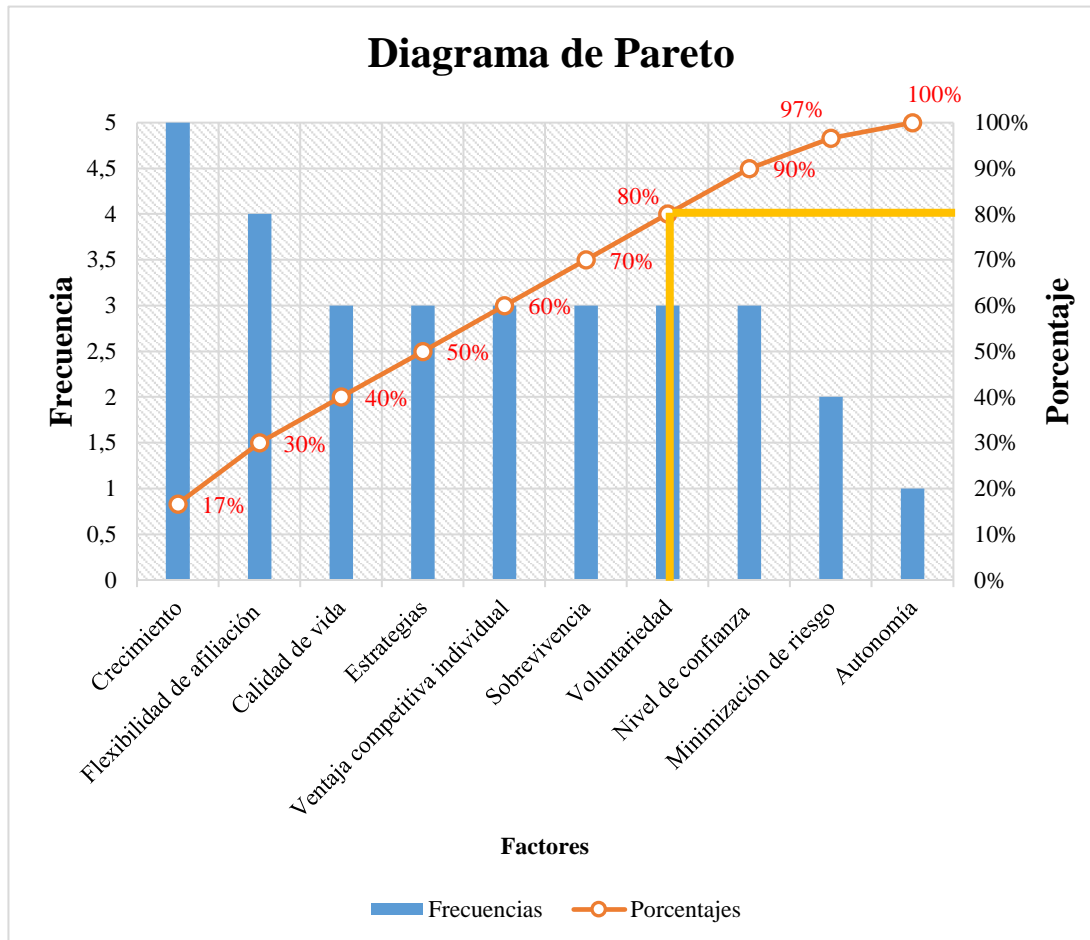
Análisis e interpretación:

Bajo el principio del diagrama de Pareto, se procede a analizar los factores negativos vitales y no vitales de las relaciones de asociatividad del tipo empresa ancla tomadas para efecto de la presente investigación, de donde se han obtenido la siguiente conclusión. Las relaciones entre empresas ancla y microempresas, presentado en un escenario realista de acuerdo a la información recopilada en las entrevistas realizadas a microempresarios (ANEXOS) se ha obtenido que del 100% de factores clave de éxito del modelo de negociación de Harvard.

Los factores que presentan problemas (1) comprenden al crecimiento del negocio, la flexibilidad de afiliación, la calidad de vida, estrategias, ventaja competitiva individual, sobrevivencia, voluntariedad, nivel de confianza, minimización de riesgo a mortalidad del negocio y autonomía de las partes interesadas, mismos que requieren el uso de estrategias que reformulen el seguimiento al uso del modelo de negociación de Harvard para evitar la pérdida de recursos por parte de los actores, por el contrario aquellos factores que no presentan problemas (0) son la ventaja competitiva conjunta, la interrelación y el carácter colectivo, lo que permite que las relaciones establecidas entre estos negocios mantengan sus ofertas y procuren una complicidad para beneficio mutuo.

Problemas presentados por las empresas en su asociatividad de acuerdo al Diagrama de Pareto

Figura 18 Diagrama de Pareto Empresas



Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

Tabla 18 Factores con defectos vitales y no vitales en Empresas

Factores con defectos vitales	Factores con defectos no vitales
Crecimiento	Nivel de confianza
Flexibilidad de afiliación	Minimización de riesgo
Calidad de vida	Autonomía
Estrategias	
Ventaja competitiva individual	
Supervivencia	
Voluntariedad	

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

Basado en la figura 20 se ha realizado un análisis mediante una tabla de frecuencia, de donde se pudo deducir los factores con defectos vitales son el crecimiento, flexibilidad de afiliación, estrategias, calidad de vida, ventaja competitiva individual, sobrevivencia y voluntariedad. Sin embargo, los factores con defectos no vitales son la minimización de riesgo, nivel de confianza y autonomía.

Análisis e interpretación:

Se puede evidenciar en la gráfica que del 100% del total de factores de éxito, el 80% corresponden a factores negativos vitales como crecimiento con 17%, flexibilidad de afiliación con 13% , calidad de vida con 10%, estrategias con 10% , ventaja competitiva individual con 10%, sobrevivencia con 10% y voluntariedad con 10%; sin embargo, el número de factores negativos no vitales pertenecen a nivel de confianza con 10%, minimización de riesgo con 7 % y autonomía con 3%; es decir que las alianzas estratégicas presentadas entre empresa ancla y microempresas no aplican en su totalidad el modelo de negociación de Harvard por lo cual esto afecta directamente en el funcionamiento y calidad de vida de los pequeños negocios, incumpliendo así el principio de negocios inclusivos.

3.2. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

COEFICIENTE DE CORRELACIÓN DE PEARSON

Mediante la aplicación de la prueba estadística de Correlación de Pearson, se toma en consideración las variables de investigación (Mutualismo en los insectos y Efecto ganar-ganar entre empresas ancla y microempresas), para analizar el fenómeno de covarianza entre ellos. A fin de comprobar la relación existente entre las variables de estudio, se recolecto la información previa de los errores presentados tanto en insectos como en empresas.

Para el cálculo del total de defectos encontrados tanto en el modelo de mutualismo en los insectos como en la asociatividad de tipo empresa ancla, se ha realizado una suma

total de los defectos encontrados por cada par de la muestra tomada en ambos casos de acuerdo a cada uno de los trece factores por separado.

Tabla 19 Coeficiente de correlación Insectos y Empresas

Factores del Modelo de Harvard	INSECTOS	EMPRESAS
Flexibilidad de afiliación	5	4
Autonomía	4	1
Ventaja competitiva individual	3	3
Minimización de riesgo	2	2
Crecimiento	1	5
Calidad de vida	0	3
Estrategias	0	3
Ventaja competitiva conjunta	0	0
Sobrevivencia	0	3
Interrelación	0	0
Voluntariedad	0	3
Carácter colectivo	0	0
Nivel de confianza	0	3

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)

De los datos analizados se obtuvo:

Coeficiente de correlación = 0.22/1

RESULTADOS:

La relación existente entre las variables de estudio (0.22) es una relación directa débil, debido a que existen factores que son cumplidos en su totalidad en el mutualismo de los insectos, se analiza que:

- Las empresas necesitan sobrevivencia, voluntariedad, autonomía, flexibilidad de afiliación, nivel de confianza y crecimiento.
- El modelo de Harvard tiene variaciones negativas porque es analizado en un entorno diferente al empresarial, podemos interpretar que para los insectos no es relevante algunos factores porque han obtenido resultados positivos sin

tomar en cuenta la minimización de riesgos, calidad de vida, estrategias, ventaja competitiva individual y ventaja competitiva conjunta.

- Cumple el sector empresarial, con ventaja competitiva conjunta, interacción y carácter colectivo, por lo cual ha de necesitar enfocar su mejora para el cumplimiento del modelo de negociación de Harvard, mediante la aplicación total de los factores de sobrevivencia, interrelación, voluntariedad, autonomía, flexibilidad de afiliación, carácter colectivo, nivel de confianza y crecimiento.

Cabe recalcar que la correlación entre el mutualismo en los insectos y la asociatividad de tipo empresa ancla se vuelve baja puesto que su correlación entre variables es de tan solo 22% del total de factores. Factores como la calidad de vida, estrategias, ventaja competitiva conjunta, sobrevivencia, interrelación, voluntariedad, carácter colectivo y nivel de confianza son cumplidos a cabalidad por los insectos, por lo cual su estatus de vida ha perdurado a través de los años sin fallos dentro de su estructura.

Sin embargo, las empresas no cumplen con los factores anteriormente mencionados, por lo que presentan problemas que resultan en la pronta mortalidad de cada una de ellas; por consiguiente, los factores restantes como son flexibilidad de afiliación, autonomía, ventaja competitiva individual, minimización de riesgo y crecimiento, no se consideran necesarios para cumplir exitosamente con un efecto ganar-ganar basado en el mutualismo en los insectos; puesto que tras el análisis realizado, se puede determinar que estos no son necesarios para el éxito sostenido.

CAPÍTULO IV.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.1. CONCLUSIONES

1. Se concluye que los factores del modelo de negociación de Harvard aplicados al 100% por los insectos son: calidad de vida, estrategias, ventaja competitiva conjunta, sobrevivencia, interrelación, voluntariedad, carácter colectivo y nivel de confianza.
2. Se concluye que los factores del modelo de negociación de Harvard aplicados al 100% por las empresas son: la ventaja competitiva conjunta, interrelación y carácter colectivo.
3. El modelo de negociación de Harvard es bien aplicado en el reino animal, específicamente en el comportamiento de mutualismo en los insectos, puesto que su frecuencia de cumplimiento en los factores propuestos en un escenario ganar-ganar demuestran que la naturaleza gracias a su sabiduría ha sabido combinar escenarios internos y externos de las relaciones entre especies para lograr la sobrevivencia exitosa de los mismos a lo largo del tiempo.
4. Se concluye que para las asociaciones empresariales estudiadas, no existe una relación fundamentada en la confianza, puesto que se evita la penetración del microempresario en la toma de decisiones generales de la empresa ancla, lo cual genera incertidumbre ante aspectos como la duración de la relación y el nivel de certeza del equilibrio del negocio y su permanencia en el mercado.
5. Se revela que este modelo de negociación, a pesar de ser aplicado en la asociatividad de tipo empresa ancla, presenta un total de errores que supera en gran medida el modelo de mutualismo en los insectos, presentando un escenario donde el no prevalece la ganancia de las dos partes interesadas, lo cual llegaría a afectar seriamente a mediano o largo plazo, la sobrevivencia de los negocios y una pérdida de beneficios significativa.
6. Se encuentra estadísticamente comprobado que la aplicación total y no parcial del modelo de negociación de Harvard, asegura la efectividad de asociación entre dos individuos o demás, por lo cual, se ha de seguir cada paso con minuciosidad, sin realizar cambios en el mismo y permitiendo el desarrollo de conocimiento en cada etapa.

7. Se concluye que el estudio del comportamiento animal permite el reconocimiento de conductas naturales que permitirían la formulación de nuevas tendencias en el mundo empresarial que asegure el éxito sostenido de un negocio e incremente la capacidad de generar beneficios a corto y largo plazo.
8. Se concluye que dentro del Modelo de Harvard se deben reformular los puntos de Minimización de riesgo, crecimiento y flexibilidad de afiliación, puesto que los mismos presentan problemas frecuentes dentro de los prospectos del ámbito animal y empresarial de la muestra presentada.

4.2. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que en el reino de los insectos de acuerdo al modelo de negociación de Harvard se propongan otros factores de estudios diferentes a los siguientes: flexibilidad de afiliación, autonomía, ventaja competitiva individual, minimización de riesgos y crecimiento para generar un estudio completo de su comportamiento natural.
2. Es recomendable que las empresas tornen su comportamiento que ermita cumplir con los factores de minimización de riesgo, calidad de vida, crecimiento, flexibilidad de afiliación, estrategias, ventaja competitiva individual, sobrevivencia, voluntariedad, nivel de confianza, autonomía, de manera que cumplan con el 100% de los factores de éxito del modelo de negociación de Harvard.
3. La naturaleza posee un valor intrínseco superior al aprendizaje desarrollado a lo largo de la historia por el ser humano, debido a que la individualidad ha prevalecido por el modelo de unidad, se sugiere aprender acerca de la capacidad de asociación que poseen los insectos, donde especies totalmente diferentes, captan un comportamiento que favorece bidireccionalmente a los actores de la relación, por lo que su rango de vida se incrementa y reduce el porcentaje de tasa de mortalidad.
4. Se recomienda aplicar estrategias de dialogo, como por ejemplo el uso de mesas redondas o brainstorming que permitan la participación de los

microempresarios en la toma de decisiones correspondiente a las funciones de su negocio dentro de la relación con la empresa ancla, lo cual generará una serie de sugerencias desde la perspectiva micro que permita a los grandes empresarios incrementar o reducir el impacto en aspectos como la responsabilidad social y ambiental.

5. Se sugiere aplicar estrategias de Valor diferenciador, descuentos o Ventas VIP (generar programas de suscripción), donde se genere un comportamiento de compromiso y fidelidad entre alianzas estratégicas, de manera que el riesgo de mortalidad en negocios de microempresarios, se reduzca y se establezcan relaciones que incrementen el alcance del mercado y mejoren la calidad de vida de entornos internos y externos.
6. De este estudio podemos determinar que a pesar de existir una relación directa entre el mutualismo en los insectos y la asociatividad de tipo empresa ancla, su incidencia y efectividad es débil (0.22) por lo cual se puede sugerir que al implementar modelos estratégicos se tome en consideración la aplicación total de los factores que determinan el modelo de negociación, el cual en su mayoría presenta conductas que aseguran éxito en la toma de decisiones y permite con ello incrementar los beneficios para los sectores vulnerables.
7. Finalmente se recomienda realizar estudios a fines al comportamiento asociativo de los insectos y otras especies del mundo animal, que permitan generar modelos de planeación estratégica que aseguren la efectividad al crear alianzas empresariales. Además de reformular el planteamiento y procedimiento al efectuar el modelo de negociación de Harvard, permitiendo que predomine el beneficio mutuo gracias al negocio inclusivo y el compromiso de mejora continua.
8. Se recomienda aplicar nuevos sistemas de Minimización de riesgo para los microempresarios de acuerdo a planes emergentes en tiempos de crisis, además de acoplar estrategias como la diversificación de productos y servicios que permitan incrementar la capacidad de flexibilidad del negocio y por lo tanto, no se vea afectado el factor de Crecimiento, permitiendo un mayor alcance del mercado gracias a la factibilidad de los lazos estratégicos realizados durante la asociatividad.

C. MATERIALES DE REFERENCIA

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía

- Acosta, M., & Delfín, F. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. *Pensamiento y gestión*.
- Agüero, J., Rollin, O., Torretta, J., Aizen, M., Requier, F., & Garibaldi, L. (2017). Impactos de la abeja melífera sobre plantas y abejas silvestres en hábitats naturales. *Ecosistemas*.
- Alemán, A., & Zambrano, H. (2017). *¿Cómo influye la Asociatividad Empresarial en el crecimiento de las microempresas?* Guayaquil.
- Añez, C. (2016). Flexibilidad laboral: ¿fin del trabajo permanente? *TELOS. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*.
- Ardilla, R. (2003). Calidad de vida: una definición integradora. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 161-164.
- Arizpe, J. (17 de abril de 2017). *Relaciones Bióticas*. Obtenido de Slideshare: <https://es.slideshare.net/jorgearizpe/relaciones-en-los-ecosistemas-em17>
- ATE, M. (12 de febrero de 2016). *Infografía: Mutualismo*. Obtenido de Gobierno de Canarias: <https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoescuela/recursosdigitales/2016/02/12/infografia-mutualismo/>
- Bada, L., Rivas, L., & Littlewood, H. (2017). Modelo de asociatividad en la cadena productiva en las Mipymes agroindustriales. *Contaduría y Administración*, 1100-1117.
- Badii, M., Rodríguez, H., Cerna, E., Valenzuela, J., Laderos, J., & Ochoa, Y. (2013). Coevolución y Mutualismo: Nociones Conceptuales. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 23-31.

- Banco Pichincha. (2021). *Banco Pichincha: Mi Vecino*. Obtenido de Banco Pichincha: <https://www.pichincha.com/portal/canales-de-atencion/mi-vecino/mi-vecino>
- Barba, J. (2011). *Formas de negociación*. Huejutla: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Barragán, M., & Ayaviri, V. (2017). Innovación y Emprendimiento, y su relación con el Desarrollo Local del Pueblo de Salinas de Guaranda, Provincia Bolívar, Ecuador. *Información tecnológica*.
- Barrantes, E. (2018). Hormigas zompopas: las científicas del subsuelo. *Semanario Universidad*.
- Barrera, A., Vieria, J., & Duque, E. (2020). Las relaciones interespecíficas de las universidades con sus grupos de interés: metáfora biológica. *Información tecnológica*.
- BCE, B. (2021). Estadísticas económicas. Información Estadística Mensual No. 2016. Ecuador . Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>
- Boege, K. (2011). Bichos vemos relaciones no sabemos. Diversidad e importancia de las interacciones bióticas. *Redalyc Ciencias*, 5-11.
- Bolsa de Valores Quito. (31 de agosto de 2018). *Prospecto de oferta pública octava emisión de obligaciones: Corporación El Rosado S.A*. Obtenido de Bolsa de Valores Quito: <https://corporate.mattel.com/news/mattel-and-disney-consumer-products-announce-renewed-agreement-for-disney-pixar-s-cars-franchise>
- Brito, D. (2018). El riesgo empresarial. *Revista Universidad y sociedad*.
- Cadena, L. (2009). Ecosistemas y sistemas productivos humanos: algunas semejanzas. *Revista Colombiana de Bioética*, 38-52.
- Camacho, M., Ramos, D., Ávila, N., Sánchez, E., & López, S. (2020). Las defensas físico-químicas de las plantas y su efecto en la alimentación de los rumiantes. *Terra Latinoamericana*.

- Capa, L., Benítez, R., & Capa, X. (2018). El liderazgo como fuente de ventaja competitiva para las organizaciones. *Revista Universidad y Sociedad*.
- CECODES. (20 de Junio de 2014). Desarrollo Territorial Inclusivo “Experiencia de CECODES en la promoción de Negocios Inclusivos”. Colombia . Obtenido de <https://es.slideshare.net/CorporacionProSUR/memorias-sergio-mauricio-rengifo-director-de-proyectos-especiales-cecodes>
- Chuet, J. (14 de marzo de 2017). *Las estrategias militares de los insectos que superan a cualquier ejército*. Obtenido de La Vanguardia: <https://www.lavanguardia.com/natural/20170314/42831543359/insectos-estrategia-militar.html>
- CODESPA. (03 de abril de 2017). *Los 3 tipos de negocios inclusivos*. Obtenido de Fundación CODESPA: <https://www.codespa.org/blog/2017/04/03/tres-tipos-de-negocios-inclusivos/>
- Conce, V., & Sanmartín, J. (18 de abril de 2019). Relación de los negocios inclusivos con el sector financiero de economía popular y solidario ecuatoriano. Cuenca, Ecuador : UNIVERSIDAD DE CUENCA.
- Covey, S. (2003). *Los 7 Hábitos de la Gente Altamente Efectiva*. Buenos Aires: Paidós.
- Díaz, I. (2017). La autonomía en las empresas estatales. *La Habana*.
- Díaz, S. (2010). LA MICROEMPRESA EN EL DESARROLLO. *Perspectivas*, 271-273.
- Dughetti, A. (2012). *PULGONES: CLAVE PARA IDENTIFICAR LAS FORMAS ÁPTERAS QUE ATACAN A LOS CEREALES*.
- Duncanson, M., & Guillén, N. (2017). *Peligros de la exposición a la oruga procesionaria del pino en animales domésticos*.
- Duque, V. (28 de noviembre de 2017). *Instinto de supervivencia del reino animal*. Obtenido de Mis animales: <https://misanimales.com/instinto-supervivencia-del-reino-animal/>

- Echeverría, A. (2016). Desarrollo de Estrategias de Marketing para los establecimientos de comidas mediante el e-marketplace. *Tesis de Maestría en Administración de empresas, Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad de Guayaquil.*
- El Telégrafo. (29 de julio de 2021). Ecuador presenta su teléfono móvil con “apps” en kichwa. *El telégrafo.*
- Escamilla, P. D., & Alvarez, E. (2019). HERRAMIENTAS DE CONTROL Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS PARA LA TOMA DE DECISIONES EN EL PROCESO ADMINISTRATIVO. *Contribuciones a la economía.*
- Espinoza, G. (28 de junio de 2018). *Angiospermas: plantas con flores con máxima evolución del reino Plantae.* Obtenido de Paradise Sphynx: <https://naturaleza.paradais-sphynx.com/plantas/angiospermas.htm#habitat-y-colonizacion>
- Farouk, K., Palmera, K., & Sepúlveda, P. (2014). Abejas. *InfoZoa.*
- Fisher, R., Ury, W., & Patton, B. (1991). *SI DE ACUERDO! Como Negociar Sin Ceder.* Estados Unidos: Houghton Mifflin Company.
- Flores, P. (27 de junio de 2016). *Coca-Cola, una mentalidad ganar-ganar impulsando startups.* Obtenido de Pymempresario: <https://www.pymempresario.com/2016/06/impulsan-a-startups-para-integrarlas-la-chispa-de-la-vida/>
- Galaso, P., Rodríguez, A., Goinheix, S., Martínez, C., & Picasso, S. (2018). Redes de cooperación entre empresas: un estudio aplicado a cinco clusters en Uruguay. *Iecon.*
- Gándara, F. (2014). HERRAMIENTAS DE CALIDAD Y EL TRABAJO EN EQUIPO PARA DISMINUIR LA REPROBACIÓN ESCOLAR. *Conciencia Tecnológica*, 17-24.
- García, S., & Almeida, P. (enero de 2021). Ecuador: Situación macroeconómica en 2020 y perspectivas 2021. Quito, Pichincha, Ecuador: Colegio de economistas de Pichincha.

- García, J. (13 de octubre de 2016). *El Chelsea cambia Adidas por Nike por 1.000 millones*. Obtenido de Cinco Días:
https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/10/13/sentidos/1476371122_620790.html
- García, J., Durán, S., Cardeño, E., Prieto, R., García, E., & Paz, A. (2017). Proceso de planificación estratégica: Etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la competitividad. *Revista Espacios*, 16.
- Gargantilla, P. (25 de octubre de 2020). *La tenebrosa relación entre hormigas y mariposas*. Obtenido de ABC ciencia: https://www.abc.es/ciencia/abci-tenebrosa-relacion-entre-hormigas-y-mariposas-202010250143_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F
- Garizabal, M., Sánchez, M., & Estrada, H. (2017). Negocios inclusivos: Una revisión teórica desde la dinámica colombiana. 38(47). Colombia: Espacios. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a17v38n47/a17v38n47p06.pdf>
- Garizabal, M., Sánchez, M., & Estrada Hilda. (2017). Negocios inclusivos: Una revisión teórica desde la. *Revista Espacios*, 6.
- Garizabal, M., Sánchez, M., & Estrada, H. (2017). *Negocios inclusivos : Una revisión teórica desde la dinámica colombiana*. Obtenido de Revista Espacios: <https://www.revistaespacios.com/a17v38n47/a17v38n47p06.pdf>
- Giraldo, Á., & Marin, J. (2019). *Propuesta de un plan estratégico para la empresa asociativa de trabajo servicios múltiples el porvenir en la ciudad de Cúcuta*.
- Glendale, & El SEGUNDO. (27 de enero de 2016). *Mattel y Disney Consumer Products anuncian un acuerdo renovado para la franquicia de autos de Disney * Pixar*. Obtenido de Corporate Mattel:
<https://corporate.mattel.com/news/mattel-and-disney-consumer-products-announce-renewed-agreement-for-disney-pixar-s-cars-franchise>
- González, C., Patiño, A., & Buitrago, J. (2020). Negociación basada en indicadores comerciales. Caso de estudio de una empresa multinacional del sector de fórmulas infantiles. *Informador Técnico*, 78-81.

- Guerrero, M., & Villamar, J. (2016). La importancia de la asociatividad para el desarrollo . *INNOVA*, 105-119.
- Henao, C., Fierro, I., & Cardona, D. (2017). La negociación profesional, un acercamiento conceptual . *Revista espacios*, 12.
- Huaca, A. (2011). *CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS EN LA EMPRESA "SAN LEONARDO" DE LA CIUDAD DE ARCHIDONA*. Obtenido de Repositorio UTA:
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1298/1/344%20Ing.pdf>
- Ibarz, V. (2017). La psicología de las hormigas en la obra de Ramón y Cajal. *Persona*, 69-81.
- IICA y CONCOPE. (2011). *Enfoques de Asociatividad entre Actores del Sistema Productivo: Conceptos, Casos Reales y Metodologías*. Quito.
- InfoAgro. (22 de enero de 2015). *Simbiosis entre hormigas y pulgones*. Obtenido de InfoAgro:
https://www.infoagro.com/noticias/2015/simbiosis_entre_hormigas_y_pulgones.asp
- Jimenez, A., Hernández, H., & Pitre, R. (2018). Emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico desde los negocios inclusivos (Colombia). *Revista Logos, Ciencia & Tecnología*, 10(2).
- Jiménez, I. (2015). *Estudio de las especies de pulgones y sus enemigos naturales en una finca de horticultura ecológica en Alcàsser, Valencia*. Gandia.
- Julião, A. (10 de diciembre de 2020). *Las orugas que se disfrazan de hojas o les dan recompensas a las hormigas a cambio de protección*. Obtenido de Agencia FAPESP: <https://agencia.fapesp.br/las-orugas-que-se-disfrazan-de-hojas-o-les-dan-recompensas-a-las-hormigas-a-cambio-de-proteccion/34804/>
- Langley, L. (14 de agosto de 2020). Cómo una oruga se convierte en mariposa: la metamorfosis, explicada. *National Geographic*.
- Leinad, N. (05 de junio de 2021). *BTS Y MCDONALDÍS PODRIAN HACER HISTORIA SUPERANDO A TRAVIS SCOTT*. Obtenido de NACIÓN REX:

<https://www.nacionrex.com/kpop/the-bts-meal-mcdonalds-rompe-record-de-travis-scott-20210605-0017.html>

- Liendo, M., & Martínez, A. (2001). ASOCIATIVIDAD. UNA ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO DE LAS PYMES .
Universidad Nacional de Rosario, 9.
- Llvisaca, J., & Aceves, N. (2018). Modelo general para asegurar el desarrollo de proveedores en empresas anclas manufactureras, bajo un enfoque de mejora continua. *Revista de la Facultad de Ciencias Químicas*.
- Llvisaca, J., & Aceves, N. (2018). Modelo general para asegurar el desarrollo de proveedores en empresas anclas manufactureras, bajo un enfoque de mejora continua. *Revista de la Facultad de Ciencias Químicas*.
- Lucas, M. (2017). *EL MÉTODO DE HARVARD Y SU PERTINENCIA EN LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS DE TIPO LABORAL EN LA EMPRESAS PÚBLICAS*. Machala: UTMACH.
- Maldonado, C. (2021). *Programa de Negocios Competitivos para pymes en Responsabilidad Social Empresarial*. Lima: Promperú.
- Maldonado, G. (2014). *Empresa ancla y el desarrollo de la mipymes (proveedoras). Caso de estudio: empresa publica metropolitana de agua potable y saneamiento*.
- Maldonado, G. (Septiembre de 2014). *EMPRESA ANCLA Y EL DESARROLLO DE LAS MIPYMES (PROVEEDORAS) CASO DE ESTUDIO: EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE AGUA POTABLE Y SANEAMIENTO*.
Obtenido de Repositorio Flacso:
<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/7471/2/TFLACSO-2014GCMN.pdf>
- Manual Negocios Productivos USAID. (2009). *10 Experiencias exitosas de fomento bajo el enfoque de empresa ancla*.
- Marcano, A., Cartaya, S., Pacheco, H., & Méndez, W. (2015). Estimación de pesos ponderados de variables para generar mapas de susceptibilidad a

movimientos en masa a través de la Evaluación Espacial Multicriterios.
Terra.

Marrero, Y., & Ortiz, M. (2018). Perfil de los negociadores comerciales: elementos para su caracterización . *La Habana.*

Martínez, G., & Corrales, S. (2017). Cadenas productivas y clusters en la economía regional de Nuevo León. Un análisis con matrices de insumo-producto. *Economía: teoría y práctica.*

Miñarro, M. (2010). Las hormigas, ¿favorecen o perjudican al agricultor? España: Tecnología Agroalimentaria. Obtenido de <http://www.serida.org/publicacionesdetalle.php?id=4444>

Mora, L. (2020). *Asociatividad Como Estrategia De Desarrollo Regional.* Ocaña.

Moreta, C. (2019). *El asociacionismo como cauce de integración al inmigrante en Valencia. Análisis y propuesta de mejora.* Universitat Politècnica de València.

Murillo, D., Ruíz, D., Vargas, L., & Gómez, J. (2020). Modelo de asociatividad empresarial para unidades de negocio del subsector maderero. *Estudios institucionales, empresariales y económicos, 49-72.*

Naranjo, A. (2018). La gestión de las empresas anclas y su influencia en el desarrollo de negocios inclusivos del mais duro amarillo de la provincia de Manabí - Ecuador. *QUIPUKAMAYOC, 41-48.*

Nassar, F. (21 de julio de 2016). La vida social de las hormigas. *Green Area.*

Nicuesa, M. (30 de abril de 2020). *¿Qué es la confianza empresarial?* Obtenido de Empresariados: <https://empresariados.com/que-es-la-confianza-empresarial/>

Nolasco, S. (2019). *¿Cuáles son las ventajas del mutualismo en biología?* Obtenido de Quora: <https://es.quora.com/Cu%C3%A1les-son-las-ventajas-del-mutualismo-en-biolog%C3%ADa>

Ochoa, A., & Pinillos, J. (2018). Encadenamiento a través de una unidad productiva solidaria para la promoción, comercialización y distribución de una marca con identidad regional conformada por productos de industrias regionales.

Revista Espacios, 39(14). Obtenido de
<https://www.revistaespacios.com/a18v39n14/a18v39n14p06.pdf>

- Padilla, R. (2019). NO SOMOS EFICIENTES CUANDO SE TRATA DE NEGOCIAR. APROXIMANDO BREVEMENTE A LOS ABOGADOS A UN PROCESO EFECTIVO DE NEGOCIACIÓN. *Revista Chilena de Derecho Privado*.
- Parada, R. (06 de noviembre de 2019). *Mutualismo: características, tipos, ejemplos*. Obtenido de Liferder: <https://www.liferder.com/ejemplos-mutualismo/>
- Partal, Y. (13 de julio de 2017). *La simbiosis en el reino animal. Mutualismo, comensalismo y parasitismo*. Obtenido de ZooPortraits: <https://www.zooportraits.com/es/la-simbiosis-en-el-reino-animal/#Mutualismo>
- Peñañiel, M. (2018). *Ecología y medio ambiente*. Ecotec.
- Perdigón, R., Viltres, H., & Madrigal, I. (2018). Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas. *Revista cubana de Ciencias Informáticas*.
- Pérez, J. (2020). Sobre la negociación a la mediación: herramientas para tratar los conflictos en la escuela del siglo XXI. *Voces de la Educación*, 43.
- Pérez, M., González, T., Casado, F., López, A., Sandberg, C., & Geissler, M. (2018). *Informe de negocios inclusivos y empresas españolas*. Observatorio empresarial contra la Pobreza.
- ProyectoTSP. (12 de febrero de 2016). Infografía: Mutualismo. *Mutualismo: la cooperación natural entre especies*. Canarias.
- Pulgarín, M., Montoya, D., & Cardona, P. (2020). *Análisis del clúster de turismo de negocios en el desarrollo económico de Medellín*. Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.
- Raffino, M. (3 de junio de 2020). Microempresa. Obtenido de <https://concepto.de/microempresa/>
- Ramírez, D. (2014). *Negociación exitosa*. Visión gerencial.

- Ramón, M. F. (2018). Negociación internacional del camarón en los países miembros de la CAN, Análisis extra regional. *yura: Relaciones Internacionales*.
- Ramos, R. (15 de junio de 2013). *SIMBIOSIS ENTRE HORMIGAS Y PULGONES*. Obtenido de Ecomedioambiente:
<http://ecomedioambiente.com/curiosidades/simbiosis-entre-hormigas-y-pulgones/>
- Robert, M., & Dias, C. (2000). COMO EMPRESAS GANADORAS SABEN CAMBIAR LAS REGLAS DE JUEGO HACIENDO LA COMPETICION IRRELEVANTE. México : Mc. Graw-Hill Interamericana Editores.
- Rodríguez, J., Cerna, E., Ochoa, M., & Hernández, O. (2016). Evaluación de extractos vegetales sobre pulgon amarillo (*Melanaphis sacchari*) (Hemiptera: Aphididae) en Sorgo en Guanajuato. *Revista de Ciencias Naturales y Agropecuarias*, 18-24.
- Rosa, M. (12 de mayo de 2014). *Responsabilidad social empresarial*. Obtenido de EOI: <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/05/12/la-responsabilidad-social-empresarial-6/>
- Roy, I., Rivas, R., Pérez, M., & Palacios, L. (2019). Correlación: no toda correlación implica causalidad. *Revista alergia México*.
- Rubio, I. (07 de septiembre de 2017). *El secreto de la polinización se halla en el cuerpo de las abejas*. Obtenido de El País:
https://elpais.com/elpais/2017/09/05/ciencia/1504606450_594176.html
- Ruiz , A. (20 de agosto de 2001). *Asociatividad en las Pymes*. Obtenido de Gestipolis : <https://www.gestipolis.com/asociatividad-pymes/>
- Salgado, M. (02 de junio de 2016). *Microorganismos en la miel*. Obtenido de Apiservices: https://www.apiservices.biz/documents/articulos-es/mutualismo_abejas_flores.pdf
- Sánchez, L. (2018). Las matrices o tablas de doble entrada: una aplicación practica en las investigaciones de diseño. *ORCID*.

- Saucedo, C. (2003). Entre lo colectivo y lo individual. La experiencia de la escuela a través de relatos de vida. *Nueva antropología*.
- Segovia, F. (2005). La negociacion de conflictos: un modelo para "ganar-ganar": Al iniciar el tercer milenio, el tema de la negociacion es muy importante tener presente porque todas o casi todas las actividades humanas estan sujetas a este arte o a esta ciencia. 6. Ecuador : Universidad Catolica de Santiago de Guayaquil.
- Sevilla, A. (10 de diciembre de 2016). *Ventaja competitiva*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-competitiva.html#:~:text=Una%20ventaja%20competitiva%20es%20cualquier,m%C3%A1s%20competitiva%20que%20las%20dem%C3%A1s>.
- Silva, M. (2013). *Guía N° 12 Asociatividad para el Comercio Exterior*. Lima: MINCETUR.
- Simon, V., Abdelaziz, M., & Arroyo, J. (2018). El papel de los polinizadores en la evolución floral: Una perspectiva mediterránea . *Ecosistemas*, 70-80.
- Sisalema, A. (2018). LA GESTIÓN DE LAS EMPRESAS ANCLAS Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO DE NEGOCIOS INCLUSIVOS DEL MAIZ DURO AMARILLO DE LA PROVINCIA DE MANABI - ECUADOR. *QUIPUKAMAYOC*, 26(52). Obtenido de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/15238>
- Smith, H., & Capinera, J. (26 de febrero de 2019). ENEMIGOS NATURALES Y CONTROL BIOLÓGICO. *IFAS Extension*.
- Suárez, C., Rocha, M., & Córdoba , A. (03 de agosto de 2019). *IDENTIFICADAS LAS CLAVES PARA LA SUPERVIVENCIA DE LOS INSECTOS*. Obtenido de La Nación: <https://lanacion.com.ec/identificadas-las-claves-para-la-supervivencia-de-los-insectos/>
- Sumba, R., & Santistevan, K. (2018). LAS MICROEMPRESAS Y LA NECESIDAD DE FORTALECIMIENTO: REFLEXIONES DE LA ZONA SUR DE MANABÍ, ECUADOR. *Universidad y Sociedad*.

- TECH. (27 de abril de 2019). *Definición de Interrelación*. Obtenido de TECH Universidad Tecnológica: <https://conceptodefinicion.net/definicion-de-interrelacion/>
- Tobón, J. (1997). *MÉTODO HARVARD DE NEGOCIACIÓN Cómo Negociar con Inteligencia*. Universidad Pontificia Bolivariana.
- UGT, U. (2001). *Estrategias y técnicas de negociación*. España: Escuela Juan Besteiro.
- Vallejo, D. (17 de julio de 2018). *Comportamiento social en animales: Vivir en grupo*. Obtenido de Zoo Portraits: <https://www.zooportraits.com/es/comportamiento-social-animales-grupo/#Agrupamiento>
- Vásquez, J., Zárate, R., Huiñapi, P., Pinedo, J., Ramírez, J., Lamas, G., & Vela, P. (2017). Plantas alimenticias de 19 especies de mariposas diurnas (Lepidoptera) en Loreto, Perú. *Revista Peruana de Biología*.
- Vásquez, M., & Escoto, J. (2016). Hormigas (Hymenoptera: Formicidae) de Aguascalientes. *Investigación y Ciencia*, 36-40.
- Vélez, O., Beltrán, J., López, J., & Arias, F. (2019). Asociatividad empresarial y liderazgo ambidiestro como generadores de innovación. *Revista de Ciencias Sociales*, 51.
- Viana, M. (2015). *LA MEDIACIÓN: CARACTERÍSTICAS, MODELOS, PROCESO, TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE LA PERSONA MEDIADORA, Y LÍMITES A LA MEDIACIÓN*.
- Villegas, S. (21 de marzo de 2020). *Biología*. Obtenido de IPN: <https://www.ipn.mx/assets/files/cecyt5/docs/upis/ns/biologia2020-csa.pdf>
- Zahumenszky, C. (31 de julio de 2015). *Esta oruga segrega una droga que controla el cerebro de las hormigas*. Obtenido de Gizmodo: <https://es.gizmodo.com/esta-oruga-segrega-una-droga-que-controla-el-cerebro-de-1721327966>

Zumba, L. (15 de julio de 2021). El guayaquileño que empuja a McDonald's a ser un motor local. *Expreso*.

ANEXOS

Anexo 1- Validación de la entrevista

Objetivo: Recolectar información acerca de la relación entre empresas ancla y microempresas de acuerdo a los factores del modelo de negociación de Harvard.

Instrucciones: Marque con un (X) la respuesta que más se acerque a su criterio personal.

Glosario:

- **Empresa ancla:** empresa de alto reconocimiento en el mercado, que se vincula con MIPYMES para brindar seguridad y mejoramiento al negocio.
- **Microempresa:** tipo de empresa que se desarrolla en base a un emprendimiento.

ENTREVISTA

1. ¿La relación con la empresa ancla ha reducido el riesgo del negocio?
 - Sí
 - No
 - De _____ que
manera.....
.....
2. ¿La calidad de vida de su negocio ha mejorado a partir de la asociación con una empresa ancla?
 - Sí
 - No
 - De _____ que
manera.....
.....
3. ¿Las estrategias han formado parte de la toma de decisiones para la mejora de su negocio?
 - Sí
 - No
 - Cuáles son las
estrategias.....
.....
...
4. ¿Individualmente usted posee una ventaja competitiva sobre la competencia?
 - Sí
 - No
 - De _____ que
manera.....
.....
5. ¿Al realizar una alianza con una empresa ancla ha aumentado la ventaja competitiva de ambas empresas?
 - Sí
 - No
 - En qué forma....
6. ¿Esta asociatividad ha disminuido el riesgo de mortalidad de su negocio?
 - Sí
 - No
 - De qué manera
7. ¿Existe una interrelación entre la empresa ancla y su negocio?
 - Sí
 - No

- Cual es..... que una le otorgue algo a la otra (es un intercambio) o un vinculo
- 8.** ¿La relación que existe entre la empresa ancla y su negocio fue voluntaria?
- Sí
 - No
 - Como empezó
- 9.** ¿Cuenta usted con la autonomía para sobrevivir en el mercado sin la intervención de una empresa ancla?
- Sí
 - No
 - Cuál es la autonomía (si), que tipo de autonomía le faltaría (no)
- 10.** ¿Considera usted que puede aliarse a otro tipo de empresa que no sea ancla?
- Sí Cual
 - No porque
- 11.** ¿Le parece positivo trabajar en conjunto con una empresa ancla?
- Sí
 - No
 - Porque
- 12.** ¿Existe un nivel de confianza favorable?
- Sí
 - No
 - Cuál es la confianza, de qué tipo
- 13.** ¿Su negocio ha crecido en base a esta relación ancla?
- Sí
 - No
 - ¿Cómo ha crecido?

Elaborado por: Hidalgo y Sánchez (2021)


VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA

CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento.		X		
Claridad en la redacción de las preguntas.		X		
Pertinencia de la variable con los indicadores.		X		
Relevancia del contenido.		X		
Factibilidad de la aplicación.		X		
Validez de contenido de la entrevista.	X			

Observaciones:

- Redacción correcta y estructuración pertinente, favor considerar el diseñar la encuesta en medios electrónicos (Google Forms, Survey Monkey, etc.).
- Se encuentran como nuevos comentarios utilizando el control de cambio de Word.

IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

Validado por:	Ing. Arturo Montenegro R. Mg
Profesión:	Magister en Administración de Empresas
Lugar de Trabajo:	Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Administrativas
Cargo que desempeña:	Docente Ocasional
Lugar y fecha de validación:	Ambato, 28 de Julio del 2021
E-mail:	af.montenegro@uta.edu.ec
Teléfono o celular:	0984143099
Firma:	



VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

APRECIACIÓN




	SI	NO
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los encuestados puedan responderlo adecuadamente.	X	
El número de preguntas del cuestionario es excesivo.		X

CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento.		X		
Claridad en la redacción de las preguntas.		X		
Pertinencia de la variable con los indicadores.		X		
Relevancia del contenido.		X		
Factibilidad de la aplicación.		X		
Validez de contenido del cuestionario.		X		

Observaciones: Aplicable, verificar la posibilidad de utilizar las mismas alternativas de respuesta aplicando escalas de likert

IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

Validado por:	Ing. César Andrés Guerrero V., Mg.
Profesión:	Ingeniero de Empresas
Lugar de Trabajo:	UTA
Cargo que desempeña:	Docente
Lugar y fecha de validación:	29/07/2021
E-mail:	ca.guerrero@uta.edu.ec
Teléfono o celular:	0984589625
Firma:	 Firmado digitalmente por: CESAR ANDRES GUERRERO VELASTEGUI

Muchas gracias por su valiosa contribución a la validación de este cuestionario

Anexo 2. Entrevista del sector primario

Objetivo: Recolectar información acerca de la relación entre empresas ancla y microempresas de acuerdo a los factores del modelo de negociación de Harvard.

Instrucciones: Marque con un (X) la respuesta que más se acerque a su criterio personal.

Glosario:

- **Empresa ancla:** empresa de alto reconocimiento en el mercado, que se vincula con MIPYMES para brindar seguridad y mejoramiento al negocio.
- **Microempresa:** tipo de empresa que se desarrolla en base a un emprendimiento.

Entrevista

Empresa ancla: Phanofha

Microempresa: Huerto de Will

1. ¿La relación con la empresa ancla ha reducido el riesgo del negocio?

- Sí**
- No
- ¿De qué manera? Ha ayudado a que la empresa crezca

2. ¿La calidad de vida de su negocio ha mejorado a partir de la asociación con una empresa ancla?

- Sí
- No**
- ¿De qué manera? Porque la empresa busca una mejora continua en el negocio, como son los precios, ellos como empresa grande exigen calidad en el producto.

3. ¿Las estrategias han formado parte de la toma de decisiones para la mejora de su negocio?

- Sí
- No**
- ¿Cuáles son las estrategias? Mantiene un enfoque de los errores a mejorar en la microempresa. Incremento de calidad del producto. Tiempo de entrega establecida con la empresa ancla. Precio de acuerdo al mercado.

4. ¿Individualmente usted posee una ventaja competitiva sobre la competencia?

Sí

No

¿De qué manera? Porque no tienen un producto de baja calidad y usan los mejores químicos amigables con el consumidor. Buscan comprar plantas madre monterrey de fresa.

5. ¿Al realizar una alianza con una empresa ancla ha aumentado la ventaja competitiva de ambas empresas?

Sí

No

¿En qué forma? Ellos se ven favorecidos por mantener un constante proveedor, pues copan su demanda de pedidos y permanentemente atienden sus necesidades.

6. ¿Esta asociatividad ha disminuido el riesgo de mortalidad de su negocio?

Sí

No

¿De qué manera? Ellos mantienen la fidelización a nuestra empresa, entonces permanentemente requieren comprar el producto y la oferta igualmente se mantiene constante.

7. ¿Existe una interrelación entre la empresa ancla y su negocio?

Sí

No

¿Cuál es esta interrelación? Mantienen en constante conocimiento del producto y precios del mercado, para poder realizar un pedido o sugerir mejoras a la empresa micro. deben ir de la mano para cumplir lo objetivos

8. ¿La relación que existe entre la empresa ancla y su negocio fue voluntaria?

Sí

No

¿Cómo empezó? Como empresario que estaba empezando, se vio en la necesidad de buscar consumidores, por la cantidad alta de producto que se

producía y necesitaba un consumidor que satisfaga sus necesidades en la magnitud de la producción que se tenía.

9. ¿Cuenta usted con la autonomía para sobrevivir en el mercado sin la intervención de una empresa ancla?

- Sí
- No
- Si la respuesta fue Si, ¿Cuál es la autonomía? Actualmente existe bastante demanda de producto dependiendo la temporada (productos estacionales) y generalmente existe un equilibrio entre consumidores y producción
- Si la respuesta fue No, ¿Qué tipo de autonomía le faltaría?

10. ¿Considera usted que puede aliarse a otro tipo de empresa que no sea ancla?

- Sí
- No
- Si la respuesta fue Si, ¿Cuál otra empresa puede alianzarse con usted?
- Si la respuesta fue No, ¿Por qué? Bueno el giro de negocio es vender las fresas y como es un producto perecible la cantidad producida requiere una rotación inmediata, así que aliarse con alguien representaría perdida porque mensualmente no comprarían todo lo del huerto.

11. ¿Le parece positivo trabajar en conjunto con una empresa ancla?

- Sí
- No
- ¿Por qué? Por el incremento de calidad, hacer bien el trabajo y ser una empresa seria para cumplir los requerimientos de la empresa ancla y es un negocio seguro porque la oferta y demanda es permanente, lo que varía es el precio.

12. ¿Existe un nivel de confianza favorable?

- Sí
- No

- ¿Cuál es la confianza, de qué tipo? La empresa ancla es un fiel consumidor hacia nosotros. Seriedad de la empresa.

13. ¿Su negocio ha crecido en base a esta relación ancla?

- Sí
- No
- ¿Cómo ha crecido? Ha crecido en términos de ganancias monetarias, porque ellos hacen su producto y lo venden y satisfacen un mercado amplio de otros negocios y sin la producción de nuestra empresa no pueden satisfacer esta demanda y la microempresa lucra gracias a esta demanda y la empresa crece.

Entrevistado: William Ramos

Contacto: 0998493151

Evidencia:



Anexo 2. Entrevista del sector secundario

Objetivo: Recolectar información acerca de la relación entre empresas ancla y microempresas de acuerdo a los factores del modelo de negociación de Harvard.

Instrucciones: Marque con un (X) la respuesta que más se acerque a su criterio personal.

Glosario:

- **Empresa ancla:** empresa de alto reconocimiento en el mercado, que se vincula con MIPYMES para brindar seguridad y mejoramiento al negocio.
- **Microempresa:** tipo de empresa que se desarrolla en base a un emprendimiento.

Entrevista

Empresa ancla: Carrocerías M&L

Microempresa: Covecal

1. **¿La relación con la empresa ancla ha reducido el riesgo del negocio?**
 - Sí
 - No
 - ¿De qué manera? por la pandemia existe carencia de cliente.
2. **¿La calidad de vida de su negocio ha mejorado a partir de la asociación con una empresa ancla?**
 - Sí
 - No
 - ¿De qué manera? Había trabajo y había dinero para pagar a los distribuidores y proveedores
3. **¿Las estrategias han formado parte de la toma de decisiones para la mejora de su negocio?**
 - Sí
 - No
 - ¿Cuáles son las estrategias? Está cerrado el negocio, no hay producción
4. **¿Individualmente usted posee una ventaja competitiva sobre la competencia?**
 - Sí
 - No
 - ¿De qué manera? Existen fabricas grandes que son preferidas por otras carrocerías y existe grandes competencias a menor costo

5. ¿Al realizar una alianza con una empresa ancla ha aumentado la ventaja competitiva de ambas empresas?

Sí

No

¿En qué forma? Ellos tenían más trabajo y derivaba en más trabajo para el microempresario

6. ¿Esta asociatividad ha disminuido el riesgo de mortalidad de su negocio?

Sí

No

¿De qué manera? él le daba trabajo y tenía ventajas (trabajo unos 6 años)

7. ¿Existe una interrelación entre la empresa ancla y su negocio?

Sí

No

¿Cuál es esta interrelación? Se reúnen y conversan para conocer los pedidos y sus requerimientos

8. ¿La relación que existe entre la empresa ancla y su negocio fue voluntaria?

Sí

No

¿Cómo empezó? Ambos se necesitaban para poder cumplir con el cliente final.

9. ¿Cuenta usted con la autonomía para sobrevivir en el mercado sin la intervención de una empresa ancla?

Sí

No

Si la respuesta fue Si, ¿Cuál es la autonomía?

Si la respuesta fue No, ¿Qué tipo de autonomía le faltaría? Necesita a carroceros para que adquieran sus productos

10. ¿Considera usted que puede aliarse a otro tipo de empresa que no sea ancla?

Sí

No

- Si la respuesta fue Si, ¿Cuál otra empresa puede alianzarse con usted?
Carrocerías VARMA, en cuenca trabajo con carrocerías R Guzmán y también carrocerías Genius, Austral, Iñiguez
- Si la respuesta fue No, ¿Por qué?

11. ¿Le parece positivo trabajar en conjunto con una empresa ancla?

- Sí
- No
- ¿Por qué? Tuvo más entrada, mucho movimiento del negocio

12. ¿Existe un nivel de confianza favorable?

- Sí
- No
- ¿Cuál es la confianza, de qué tipo? Casi siempre se hace sobre medida y no existen reclamos pero está abierta la comunicación

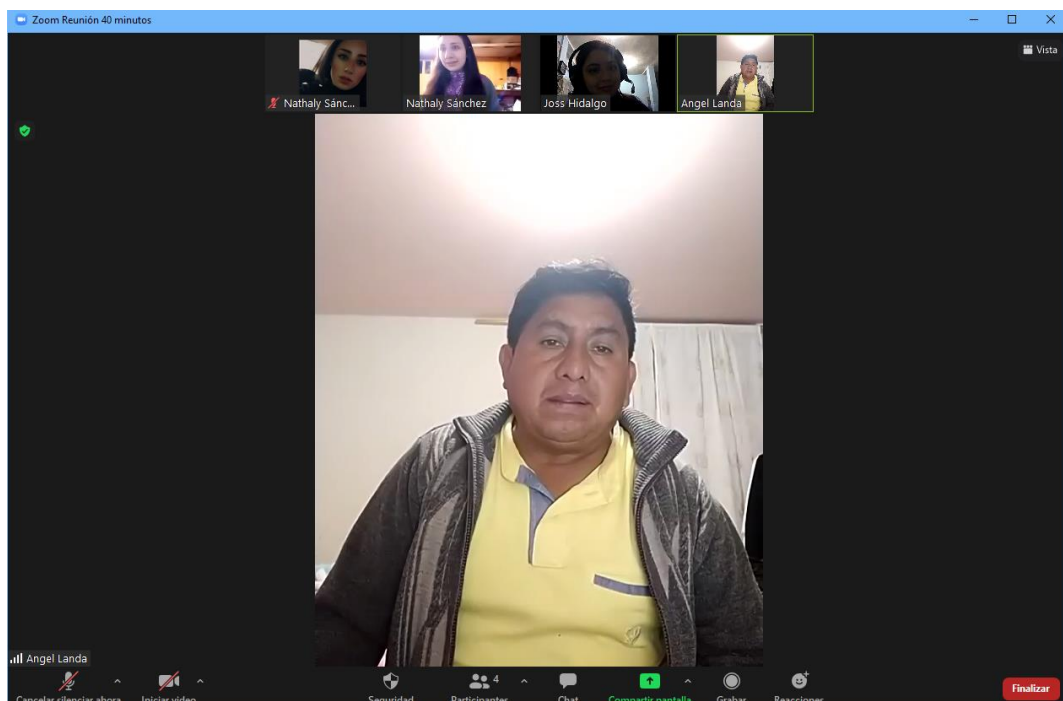
13. ¿Su negocio ha crecido en base a esta relación ancla?

- Sí
- No
- ¿Cómo ha crecido? Tenían material stock

Gerente/encargado: Ángel María Landa Landa

Contacto: 0983176944

Evidencia:



Anexo 3. Entrevista del sector terciario

Objetivo: Recolectar información acerca de la relación entre empresas ancla y microempresas de acuerdo a los factores del modelo de negociación de Harvard.

Instrucciones: Marque con un (X) la respuesta que más se acerque a su criterio personal.

Glosario:

- **Empresa ancla:** empresa de alto reconocimiento en el mercado, que se vincula con MIPYMES para brindar seguridad y mejoramiento al negocio.
- **Microempresa:** tipo de empresa que se desarrolla en base a un emprendimiento.

Entrevista

Empresa ancla: GADM Cantón Taisha

Microempresa: Maxi Ahorro

1. **¿La relación con la empresa ancla ha reducido el riesgo del negocio?**
 - Sí
 - No
 - ¿De qué manera? Mayor riesgo mayor beneficio, existe una mayor venta pero el capital se recupera solo a fin de mes.
2. **¿La calidad de vida de su negocio ha mejorado a partir de la asociación con una empresa ancla?**
 - Sí
 - No
 - ¿De qué manera? Gracias al servicio brindado siempre así que el convenio incrementó en las utilidades pero a largo plazo porque es un capital que nos disponemos en el momento.
3. **¿Las estrategias han formado parte de la toma de decisiones para la mejora de su negocio?**
 - Sí
 - No
 - ¿Cuáles son las estrategias? Manejar un sistema para poder descontar del rol del trabajador del municipio, pero hay meses que no se han pagado puntualmente las obligaciones.
4. **¿Individualmente usted posee una ventaja competitiva sobre la competencia?**
 - Sí

No

- ¿De qué manera? Existe varios factores que impide llegar a satisfacer todas las necesidades de nuestra clientela, entre ellas el tiempo de llegada de los víveres, y la competencia se aprovecha con un sobreprecio excesivo.

5. ¿Al realizar una alianza con una empresa ancla ha aumentado la ventaja competitiva de ambas empresas?

Sí

- No
- ¿En qué forma? Existe el convenio, así que los trabajadores vienen por sus víveres de manera constante porque saben que hasta que les depositen la cuenta puede cubrirse sin recargos ni problemas.

6. ¿Esta asociatividad ha disminuido el riesgo de mortalidad de su negocio?

Sí

No

- ¿De qué manera? El marketing dentro del cantón gracias al GAD ha incrementado el reconocimiento en su zona, pero las ventas se mantienen porque manejamos precios justos y buena atención.

7. ¿Existe una interrelación entre la empresa ancla y su negocio?

Sí

- No
- ¿Cuál es esta interrelación? Trabaja con el área de recursos humanos, está al tanto de las personas que ingresan o salen del GAD (siempre al pendiente de todos los integrantes).

8. ¿La relación que existe entre la empresa ancla y su negocio fue voluntaria?

Sí

No

- ¿Cómo empezó? El primer paso lo dio Christian porque empezó a dar crédito a varios trabajadores, el cantón está oculto y muchos productos llegan a precios exagerados.

9. ¿Cuenta usted con la autonomía para sobrevivir en el mercado sin la intervención de una empresa ancla?

Sí

No

- Si la respuesta fue Si, ¿Cuál es la autonomía? En época de pandemia el negocio decreció, más sin embargo trabaja con otras pequeñas instituciones.
- Si la respuesta fue No, ¿Qué tipo de autonomía le faltaría?

10. ¿Considera usted que puede aliarse a otro tipo de empresa que no sea ancla?

- Sí
- No
- Si la respuesta fue Si, ¿Cuál otra empresa puede aliarse con usted?
- Si la respuesta fue No, ¿Por qué? La institución mantiene un presupuesto fijo para el pago de sus trabajadores y por ende las obligaciones adquiridas al acabar el mes, así que sabemos que nuestro capital es recuperado en su totalidad, con otras instituciones no se han planteado estas alternativas.

11. ¿Le parece positivo trabajar en conjunto con una empresa ancla?

- Sí
- No
- ¿Por qué? Siempre y cuando estén a la par y sea mutuo y satisfagan las necesidades de ambos.

12. ¿Existe un nivel de confianza favorable?

- Sí
- No
- ¿Cuál es la confianza, de qué tipo? Es un arma de doble filo porque han existido periodos en donde no se cancela la obligación al final del mes.

13. ¿Su negocio ha crecido en base a esta relación ancla?

- Sí
- No
- ¿Cómo ha crecido? El marketing es favorable puesto que cuando una persona nueva ingresa a trabajar, le comentan acerca del crédito de consumo y se afianza a Maxiahorro. Pero no representa el total de nuestras ventas, porque es la atención y precios lo que ha fidelizado a la población.

Gerente: Christian Edison Maliza Masabanda

Contacto: 0988640506

Evidencia:



