



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS

INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERA COMERCIAL**

**TEMA: “ANÁLISIS DEL DEFICIENTE APROVECHAMIENTO DE LOS
RECURSOS DEL PAÍS Y SU INCIDENCIA EN LA FALTA DE VALOR
AGREGADO EN LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DEL
COMERCIO JUSTO DURANTE EL PERÍODO 2013 – 2017 EN EL DMQ”**

AUTORA: GONZÁLEZ VILLACÍS, MICHELLE STEPHANIE

DIRECTOR: DR. SOASTI VEGA, MARCO ANTONIO

SANGOLQUÍ

2018



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, ***“ANÁLISIS DEL DEFICIENTE APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS DEL PAÍS Y SU INCIDENCIA EN LA FALTA DE VALOR AGREGADO EN LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO JUSTO DURANTE EL PERÍODO 2013 – 2017 EN EL DMQ”***, fue realizado por la señorita ***González Villacís, Michelle Stephanie*** el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 27 de agosto del 2018

Una firma manuscrita en tinta azul que parece decir "Marco Soasti Vega".

Dr. Marco Antonio Soasti Vega, Mgs.

C.C. 170800206 - 6



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, *González Villacís, Michelle Stephanie*, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: ***“ANÁLISIS DEL DEFICIENTE APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS DEL PAÍS Y SU INCIDENCIA EN LA FALTA DE VALOR AGREGADO EN LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO JUSTO DURANTE EL PERÍODO 2013 – 2017 EN EL DMQ”*** es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Sangolquí, 27 de agosto del 2018

Una firma manuscrita en tinta azul que parece ser 'Michelle Stephanie González Villacís'.

Michelle Stephanie González Villacís

C.C. 171692185 - 1



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, *González Villacís, Michelle Stephanie* autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: ***“ANÁLISIS DEL DEFICIENTE APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS DEL PAÍS Y SU INCIDENCIA EN LA FALTA DE VALOR AGREGADO EN LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO JUSTO DURANTE EL PERÍODO 2013 – 2017 EN EL DMQ”*** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Sangolquí, 27 de agosto del 2018

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Michelle Stephanie González Villacís', with a large, sweeping flourish above it.

Michelle Stephanie González Villacís
C.C. 171692185 - 1

DEDICATORIA

“Para conseguir grandes cosas, no debemos solo actuar, sino también soñar, no solo planear, sino también creer”

Anatole France

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme permitido llegar a este punto y haberme dado la salud para lograr cada uno de mis objetivos, además de su infinita bondad y amor; y a la Virgen por cubrirme con su manto y protegerme de todo mal. A mi hija, Luciana Valentina, aunque posiblemente en este momento no comprendas mis palabras, pero para cuando seas capaz quiero que te des cuenta de lo que significas para mí; porque eres y serás la razón de mi vida para cada día levantarme y esforzarme por el presente y el mañana, ya que eres mi principal motivación. A mi madre, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño, amor y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones. A mi familia, porque Dios no pudo haberme dado mejores personas para compartir mi vida como lo son ustedes, que sería de mí sin sus sonrisas, locuras y tantos momentos hermosos que hemos vivido juntos. Por último, a la persona que llego a mi vida, para brindarme todo su apoyo y amor incondicional en cada momento; a ese ángel que me ha enseñado que el amor puro y verdadero existe, Andrés, a ti te dedico este y todos los logros que tenga en mi vida, eres el mejor compañero de vida que me ha dado Dios. LOS AMO.

Michelle Stephanie González Villacís

AGRADECIMIENTO

“Sino cambiamos, no crecemos. Sino crecemos, no estamos viviendo”

Gail Sheehy

En primer lugar, agradezco a Dios por haberme guiado y acompañado en esta etapa de mi vida, por ser mi fortaleza y brindarme una vida llena de experiencias; además de protegerme durante todo mi camino y darme la fuerza necesaria para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida. A mi hija, porque a su corta edad ha sido mi impulso y fortaleza para continuar cumpliendo mis metas y objetivos. Gracias a mis padres por saber guiarme y siempre estar conmigo sobre todo cuando más los necesitaba, este proyecto es gracias a ustedes, especialmente a mi madre, que con su demostración de una madre ejemplar me ha enseñado a no desfallecer ni rendirme ante nada y siempre perseverar a través de sus sabios consejos; y a toda mi familia incluyendo a mi compañero de vida, Andrés, porque este nuevo logro es en gran parte gracias a ustedes, ya que he logrado concluir con éxito un proyecto que en un principio podía parecer tarea titánica e interminable, sin embargo su confianza y apoyo incondicional me ha permitido culminarlo. Finalmente, a todos mis catedráticos quienes me han direccionado en la construcción de mi investigación que, con sus conocimientos y guía, me ayudaron a cumplir esta meta.

Michelle Stephanie González Villacís

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN	i
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD.....	ii
AUTORIZACIÓN.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE	vi
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
RESUMEN.....	xvii
ABSTRACT	xviii
CAPÍTULO I.....	1
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1. GENERALIDADES.....	1
1.2. ANTECEDENTES	4
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	14
1.4. IMPORTANCIA	15
1.5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	18
1.6. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	25
1.7. LIMITACIONES Y DELIMITACIONES	25
1.8. OBJETIVOS.....	27
OBJETIVO GENERAL.....	27
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	27
1.9. HIPÓTESIS	27
CAPÍTULO II	28
2. MARCO TEÓRICO.....	28
2.1. TEORÍAS DE SOPORTE	28
TEORÍA ECONÓMICA.....	28
TEORÍA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA	35
TEORÍA DEL DESARROLLO SOSTENIBLE.....	43

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS TEORÍAS DE SOPORTE	51
2.2. TEORÍAS COMPLEMENTARIAS	54
TEORÍA ADMINISTRATIVA	54
TEORÍA DE COMERCIO	63
TEORÍA DE PRECIOS	71
TEORÍA DE LA PRODUCCIÓN	79
TEORÍA DE LA OFERTA.....	89
TEORÍA DE LA DEMANDA.....	96
TEORÍA DEL CLIENTE	106
2.3. MARCO REFERENCIAL	114
RECURSOS NATURALES Y CRECIMIENTO ECONÓMICO, ANALIZANDO EL CAPITAL HUMANO.....	114
MODELO INTEGRAL DE PRODUCTIVIDAD, ASPECTOS IMPORTANTES PARA SU IMPLEMENTACIÓN.....	117
EL IMPACTO DEL COMERCIO JUSTO EN EL DESARROLLO	120
LA PRODUCTIVIDAD COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD PARA LAS PYMES	123
EL COMERCIO JUSTO: ¿UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO LOCAL?	125
2.4. MARCO CONCEPTUAL	128
COMERCIO JUSTO	128
COMPETITIVIDAD	129
CRECIMIENTO ECONÓMICO	138
DESARROLLO SOSTENIBLE	139
PLAN NACIONAL DE DESARROLLO “TODA UNA VIDA” 2017 – 2021	140
PRODUCTIVIDAD.....	141
REDISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA	143
VALOR AGREGADO	144
CAPÍTULO III	145
3. METODOLOGÍAS.....	145
3.1. DISEÑO METODOLÓGICO	145

3.2.	ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	147
	INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA	147
3.3.	FUENTES DE INFORMACIÓN.....	152
	FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIAS.....	152
	FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIAS	153
	ANÁLISIS DE DATOS SECUNDARIOS.....	154
3.4.	PROCESAMIENTO DE DATOS E INFORMACIÓN	159
3.5.	TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	160
	TÉCNICAS DE MUESTREO.....	160
	PROCESO DEL MUESTREO.....	161
	MUESTREO PROBABILÍSTICO.....	162
	DISEÑO DEL FORMULARIO DE RECOLECCIÓN DE DATOS (ENCUESTA)	163
3.6.	PRUEBA PILOTO	164
	ANÁLISIS DE LA PRUEBA PILOTO.....	171
3.7.	MUESTRA.....	179
3.8.	ANÁLISIS DE DATOS	180
	ANÁLISIS UNIVARIADO.....	181
	ANÁLISIS BIVARIADO.....	252
	MÉTODO CORRELACIONAL.....	252
	ANÁLISIS CORRELACIONAL.....	255
	ESTUDIO CORRELACIONAL.....	258
	CAPÍTULO IV	260
4.	PROPUESTA.....	260
	MODELO ECONÓMICO BASADO LA BÚSQUEDA DEL CRECIMIENTO	
	SUSTENTABLE Y SOSTENIBLE PARA LAS MEDIANAS EMPRESAS PYMES	260
	A.INTRODUCCIÓN	260
	B.IDENTIFICACIÓN Y RELACIÓN ENTRE LAS VARIABLES.....	262
	C.ANÁLISIS DEL CICLO ECONÓMICO.....	265
	D.CONCLUSIONES	267
	CAPÍTULO V	269

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	269
5.1. CONCLUSIONES.....	269
5.2. RECOMENDACIONES	270
CAPÍTULO VI.....	272
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	272

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Matriz de Análisis de Situaciones</i>	24
Tabla 2 <i>Cuadro comparativo de las teorías de soporte</i>	41
Tabla 3 <i>Dimensiones de la competitividad empresarial</i>	135
Tabla 4 <i>Diseños o tipos de investigación</i>	146
Tabla 5 <i>Medidas de escala</i>	164
Tabla 6 <i>Matriz operacional de variables de la encuesta piloto</i>	165
Tabla 7 <i>Medianas Empresas PYMES participantes en la Prueba Piloto</i>	171
Tabla 8 <i>Matriz operacional de variables de la encuesta planteada</i>	173
Tabla 9 <i>Análisis de datos</i>	180
Tabla 10 <i>Actividad que desempeña la empresa dentro del mercado ecuatoriano</i>	181
Tabla 11 <i>¿Por cuántos empleados está conformada su empresa?</i>	184
Tabla 12 <i>Clasificación de pequeñas y medianas empresas, PYMES</i>	188
Tabla 13 <i>¿Cuántos años de funcionamiento lleva su empresa en el Ecuador?</i>	189
Tabla 14 <i>El valor bruto en ventas anuales de su empresa es:</i>	192
Tabla 15 <i>Califique del 1 al 5 considerando el 1 como el de menor importancia y 5 como el de mayor importancia, si las políticas, manuales de procedimientos y descripción de cargos y funciones son conocidas y acatadas por toda la empresa con la finalidad de cumplir los objetivos organizacionales.</i>	200
Tabla 16 <i>El nivel de dedicación y concentración en el trabajo que realizan sus colaboradores durante la jornada laboral es considerado:</i>	203
Tabla 17 <i>¿En qué porcentaje (aproximación) anual los ingresos que percibe la empresa son superiores a los costos y gastos que se pagan por concepto del negocio?.....</i>	205
Tabla 18 <i>Califique del 1 al 5 considerando el 5 como el mayor grado de semejanza y el 1 el menor, si el aprovechamiento de los recursos que posee la empresa es suficiente para realizar las diferentes actividades diarias y cumplir con los requerimientos de los clientes.</i>	209
Tabla 19 <i>El nivel de ventas de su empresa durante el año 2017, comparadas con las ventas que se lograron el año 2016 han:</i>	212

Tabla 20 <i>Indique cuáles son los factores más relevantes que han identificado como obstáculo a la mejora de la productividad dentro de su empresa (# de obstáculos).</i>	215
Tabla 21 <i>Indique cuáles son los factores más relevantes que han identificado como obstáculo a la mejora de la productividad dentro de su empresa (variables).</i>	217
Tabla 22 <i>La asignación de un presupuesto para innovación y desarrollo de nuevos productos y/o servicios, es considerado dentro del presupuesto de la empresa. ...</i>	219
Tabla 23 <i>Número y porcentaje de empresas que han realizado algún tipo de inversión en la innovación.....</i>	221
Tabla 24 <i>La capacidad de la empresa para producir y/o comercializar bienes y servicios en un entorno bajo condiciones más atractivas que las de sus competidores se direcciona a:.....</i>	222
Tabla 25 <i>Seleccione en cuáles de los siguientes factores se enfoca la empresa para responder a las expectativas que la comunidad tiene, con la finalidad de intervenir para remediar las necesidades e impulsar el desarrollo.</i>	226
Tabla 26 <i>La empresa dispone de información de sus competidores (en cuanto a reputación, identidad e imagen corporativa, calidad de sus productos y servicios, fuerza de ventas y precios) suficiente.</i>	229
Tabla 27 <i>El tema de la innovación dentro de la empresa considera usted que genera una ventaja competitiva frente a la competencia.</i>	232
Tabla 28 <i>La política de precios que establece la empresa se encuentra determinada en base a:.....</i>	235
Tabla 29 <i>La empresa cuenta con herramientas de tecnología, información y comunicación actualizadas.....</i>	237
Tabla 30 <i>¿Qué factores, variables e indicadores son importantes dentro de su empresa para controlar y/o mejorar la competitividad (# de variables)?.....</i>	240
Tabla 31 <i>¿Qué factores, variables e indicadores son importantes dentro de su empresa para controlar y/o mejorar la competitividad?</i>	242
Tabla 32 <i>Durante los últimos cinco años, considera que el Gobierno ecuatoriano ha creado espacios para que puedan promocionar y comercializar sus productos. .</i>	245

Tabla 33 <i>Dentro de su categoría PYME, cuál de los siguientes aspectos consideraría un inconveniente latente para el crecimiento y desarrollo de su empresa (# de inconvenientes).</i>	247
Tabla 34 <i>Dentro de su categoría PYME, cuál de los siguientes aspectos consideraría un inconveniente latente para el crecimiento y desarrollo de su empresa.</i>	249
Tabla 35 <i>Análisis Bivariado</i>	252
Tabla 36 <i>Correlación entre innovación (valor agregado) y competitividad</i>	255
Tabla 37 <i>Correlación entre el aprovechamiento de los recursos y la productividad</i>	257

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Países con TEA más alta en la región.....	6
Figura 2 Datos de Ecuador del Índice de Competitividad Global 2017-2018	7
Figura 3 Variación anual del PIB ecuatoriano desde 2009	16
Figura 4 Composición del Producto Interno Bruto por sectores (%).....	22
Figura 5 Árbol de Problemas	23
Figura 6 División parroquial del Distrito Metropolitano de Quito	26
Figura 7 Economía Social de Mercado	31
Figura 8 Estructura sistémica de los sectores económicos que componen el país.....	38
Figura 9 Evolución de la teoría del desarrollo	45
Figura 10 Teoría circular del desarrollo.....	48
Figura 11 Ámbitos de una economía sostenible	49
Figura 12 Pirámide organizacional	59
Figura 13 Pirámide de Maslow	61
Figura 14 Desviaciones valor - precio y efecto de la innovación	77
Figura 15 Factores de Producción.....	82
Figura 16 Proceso Productivo	85
Figura 17 Productividad Total, Media y Marginal.....	88
Figura 18 La curva de oferta del mercado	91
Figura 19 Factores que desplazan la curva de la oferta	93
Figura 20 Desplazamiento de la oferta.....	94
Figura 21 Curva de oferta perfectamente elástica e inelástica.....	95
Figura 22 Curva de la oferta elástica, unitaria e inelástica	96
Figura 23 La curva de demanda del mercado	98
Figura 24 Efecto sustitución y efecto renta.....	102
Figura 25 Elasticidad de la demanda elástica, unitaria e inelástica	103
Figura 26 Inelasticidad perfecta y elasticidad infinita de la demanda	104
Figura 27 Elasticidad de la demanda y el ingreso total.....	104
Figura 28 Determinación del equilibrio en el mercado.....	106
Figura 29 Enfoque empresarial	108

Figura 30 Modelo de satisfacción del cliente KANO	112
Figura 31 Estrategias claves del Modelo KANO	91
Figura 32 Competitividad Sistémica.....	133
Figura 33 Etapas de la Investigación Cuantitativa.....	149
Figura 34 Relación de la eficiencia técnica con la productividad y el tamaño empresarial .	155
Figura 35 Datos de Ecuador del Índice de Competitividad Global 2017-2018	156
Figura 36 Establecimientos que invierten en Investigación y desarrollo.....	157
Figura 37 Distribución de la productividad por tamaño de empresa	158
Figura 38 Actividad que desempeña la empresa dentro del mercado ecuatoriano.	181
Figura 39 Distribución de micro, pequeñas y medianas empresas por actividad	1831
Figura 40 ¿Por cuántos empleados está conformada su empresa?.....	187
Figura 41 ¿Cuántos años de funcionamiento lleva su empresa en el Ecuador?.....	190
Figura 42 Años de experiencia empresarial de las empresas	191
Figura 43 El valor bruto en ventas anuales de su empresa es:	198
Figura 44 Ingresos no operacionales promedio anual de las Pymes por sector (en USD millones)	199
Figura 45 Califique del 1 al 5 considerando el 1 como el de menor importancia y 5 como el de mayor importancia, si las políticas, manuales de procedimientos y descripción de cargos y funciones son conocidas y acatadas por toda la empresa con la finalidad de cumplir los objetivos organizacionales.....	201
Figura 46 El nivel de dedicación y concentración en el trabajo que realizan sus colaboradores durante la jornada laboral es considerado:	203
Figura 47 Participación, implicación y responsabilidad laboral	204
Figura 48 ¿En qué porcentaje (aproximación) anual los ingresos que percibe la empresa son superiores a los costos y gastos que se pagan por concepto del negocio?	207
Figura 49 Composición de los ingresos de las empresas medianas por sector	208
Figura 50 Califique del 1 al 5 considerando el 5 como el mayor grado de semejanza y el 1 el menor, si el aprovechamiento de los recursos que posee la empresa es suficiente para realizar las diferentes actividades diarias y cumplir con los requerimientos de los clientes.....	210

Figura 51 Valoración de la utilización de recursos que posee el Ecuador por parte de las empresas	211
Figura 52 El nivel de ventas de su empresa durante el año 2017, comparadas con las ventas que se lograron el año 2016 han:	213
Figura 53 Ventas totales según tamaño de las empresas y el sector económico.....	214
Figura 54 Indique cuáles son los factores más relevantes que han identificado como obstáculo a la mejora de la productividad dentro de su empresa (# de obstáculos).	216
Figura 55 Indique cuáles son los factores más relevantes que han identificado como obstáculo a la mejora de la productividad dentro de su empresa (variables).	218
Figura 56 La asignación de un presupuesto para innovación y desarrollo de nuevos productos y/o servicios, es considerado dentro del presupuesto de la empresa. ...	220
Figura 57 La capacidad de la empresa para producir y/o comercializar bienes y servicios en un entorno bajo condiciones más atractivas que las de sus competidores se direcciona a:.....	223
Figura 58 Principales factores que las Pymes consideran para competir en el mercado	224
Figura 59 Seleccione en cuáles de los siguientes factores se enfoca la empresa para responder a las expectativas que la comunidad tiene, con la finalidad de intervenir para remediar las necesidades e impulsar el desarrollo.	227
Figura 60 Factores claves en el marketing de las Pymes	228
Figura 61 La empresa dispone de información de sus competidores (en cuanto a reputación, identidad e imagen corporativa, calidad de sus productos y servicios, fuerza de ventas y precios) suficiente.	230
Figura 62 Importancia del análisis a la competencia	231
Figura 63 El tema de la innovación dentro de la empresa considera usted que genera una ventaja competitiva frente a la competencia.....	232
Figura 64 Innovación en las PYMES estrategia para mejorar su capacidad empresarial	234
Figura 65 La política de precios que establece la empresa se encuentra determinada en base a:	235

Figura 66 La empresa cuenta con herramientas de tecnología, información y comunicación actualizadas.....	237
Figura 67 Impacto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en las medianas empresas Pymes.....	239
Figura 68 ¿Qué factores, variables e indicadores son importantes dentro de su empresa para controlar y/o mejorar la competitividad (# de variables)?.....	241
Figura 69 ¿Qué factores, variables e indicadores son importantes dentro de su empresa para controlar y/o mejorar la competitividad?.....	243
Figura 70 Factores que son considerados por las medianas empresa como de alto impacto en su competitividad.....	244
Figura 71 Durante los últimos cinco años, considera que el Gobierno ecuatoriano ha creado espacios para que puedan promocionar y comercializar sus productos.....	245
Figura 72 Dentro de su categoría PYME, cuál de los siguientes aspectos consideraría un inconveniente latente para el crecimiento y desarrollo de su empresa (# de inconvenientes).....	248
Figura 73 Dentro de su categoría PYME, cuál de los siguientes aspectos consideraría un inconveniente latente para el crecimiento y desarrollo de su empresa.....	250
Figura 74 Amenazas de la PYME para su crecimiento y desarrollo.....	251
Figura 75 Círculo competitivo para las medianas empresas PYMES.....	263
Figura 76 Ciclo productivo para las medianas empresas PYMES.....	264
Figura 77 Datos de Ecuador del Índice de Competitividad Global 2017-2018.....	267

RESUMEN

El deficiente aprovechamiento de los recursos en el Ecuador, ha desencadenado una serie de problemas en los índices de productividad y competitividad en el crecimiento económico del país, ya que existe un índice de desconocimiento significativo en como plantearlos y ejecutar cada uno de los proyectos y propuestas de emprendimientos productivos, conduciéndolos a un resultado incompleto o poco funcionales y operativos al momentos de su aplicación, tomando en cuenta que la esperanza de vida del proyecto dentro del mercado se ve expuesta; por tal motivo se propone la siguiente investigación, con el propósito de identificar las condiciones necesarias para que una economía social y solidaria garantice el comercio justo incrementando el valor agregado en la productividad y competitividad en el Distrito Metropolitano de Quito. El estudio estará determinado bajo parámetros de investigaciones de carácter empírico o experimental. El análisis del proyecto tomará en cuenta las medianas empresas, PYMES, con una muestra representativa de 367 empresas, en las cuales se aplicarán encuestas, mediante la recolección y un análisis minucioso de la información, se pretenderá conocer las causas determinantes para la disminución de la productividad y competitividad dentro del período 2013 – 2017 basándose en el comercio justo; para el procesamiento y análisis de datos de la información recolectada se utilizará el software estadístico SPSS, el cual permite realizar de mejor manera los análisis univariado y bivariado respectivamente.

PALABRAS CLAVE:

- **PRODUCTIVIDAD**
- **COMPETITIVIDAD**
- **COMERCIO JUSTO**
- **ECONOMÍA**
- **DESARROLLO SUSTENTABLE**

ABSTRACT

The deficient use of resources in Ecuador has triggered a series of problems in productivity and competitiveness indexes in the country's economic growth, there is a significant lack of knowledge on how to raise and execute each of the entrepreneurship projects and proposal, leading to an incomplete or unfunctional and operational result at the time of its application, this taking into account that the life expectancy of the project within the market is exposed; For this reason, the following research is developed, with the purpose of identifying the necessary conditions for a social and solidarity economy to guarantee fair trade, increasing the added value in productivity and competitiveness in the Metropolitan District of Quito. The study will be determined under parameters of empirical or experimental research. The analysis of the project will take into account the medium-sized companies, PYMES (In spanish Pequeñas y Medianas Empresas), with a representative sample of 367 companies, in which surveys will be applied, through the collection and a thorough analysis of the information, it will pretend to know the determining causes for the decrease of the productivity and competitiveness within the period 2013 - 2017 based on fair trade; for the processing and analysis of data of the collected information, the statistical software SPSS will be used, which makes it possible to perform the univariate and bivariate analyzes in a better way, respectively.

KEYWORDS:

- **PRODUCTIVITY**
- **COMPETITIVENESS**
- **FAIR TRADE**
- **ECONOMY**
- **SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. GENERALIDADES

El Ecuador posee una gran variedad de recursos naturales, los mismos que pueden ser renovables y no renovables; considerando que el crecimiento económico del país se ha basado y fundamentado en la producción y comercialización principalmente de la materia prima; por lo cual se considera sumamente importante que al momento de la extracción de los recursos naturales los productores o comerciantes generen un valor agregado a los productos en su producción y comercialización, con la finalidad de maximizar el valor de su producto en el mercado.

Estos recursos han impulsado un modesto proceso de desarrollo productivo que ha permitido al país contar con una estructura productiva de escasa especialización, con una industria de bajo contenido tecnológico y un sector de servicios dependiente de importaciones. Esta situación se ha visto fomentada por la captura del poder por parte de las élites que gobernaron el país en beneficio de grupos económicos aventajados, en detrimento de las grandes mayorías (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017, p.72).

En la actualidad podrían existir un sin número de factores que podrían incidir directa o indirectamente en la productividad y competitividad del sector de la Economía Popular y Solidaria, debido a que el desconocimiento de cómo se maneja el sector, la falta de financiamiento, las diferencias culturales, la falta de cooperación, la idiosincrasia de los pueblos, entre otros; les han llevado a los pequeños productores a no saber aprovechar los recursos del país y encontrar en sus caminos una infinidad de obstáculos para salir adelante y no conseguir implantar un comercio justo en el mercado. La característica más esencial del Comercio Justo que protege a los pequeños

productores frente a la inseguridad que causan las fluctuaciones de los precios en el mercado, es el precio mínimo.

Fairtrade es el sello internacional de Comercio Justo, se trata de una certificación de producto que avala los productos procedentes de los países en vía de desarrollo, dando prioridad y poniendo en el centro a las personas. Fairtrade brinda a los agricultores y trabajadores de los países en vías de desarrollo la oportunidad de mejorar su nivel de vida y de planificar mejor el futuro (Catalan, 2013, p.1).

La mayoría de los productos Fairtrade cuentan con un precio mínimo establecido que los importadores pagan a los productores. Este precio cubre los costes de una producción sostenible y funciona para los productores como una red de seguridad que les protege en épocas en las que los precios de mercado caen por debajo de los costes de producción. Cuando el precio de mercado es más alto que el precio mínimo Fairtrade, los importadores pagan el precio de mercado. El Comercio Justo es pagar a los productores lo justo, lo que se merecen por lo que se puede considerar una de las mejores formas de terminar con la pobreza y las diferencias entre los países del norte y del sur. Si queremos que el mundo cambie, tenemos que empezar por nosotros y en la mejor manera que consumiendo productos que hacen un bien a quien los produce, al planeta y a nosotros mismos (Seminario, 2016, p.96).

El Comercio Justo beneficia a pequeños productores a través de un modelo comercial el cual gira alrededor de los seres humanos conjuntamente con la sostenibilidad social, económica y ambiental dignificando el trabajo; considerando el Comercio Justo como la relación entre el intercambio basado en la transparencia y el respeto que aseguran los derechos de los pequeños productores.

La Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria – LOEPS considera a la Economía Popular y Solidaria como un nuevo sistema de integración económica en la que sus participantes se guiarán por principios. Las personas y organizaciones amparadas por esta ley, en el ejercicio de sus actividades, se guiarán por los siguientes principios, según corresponda: la búsqueda del buen vivir y del bien común; la prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales; el comercio justo y consumo ético y responsable; la equidad de género; el respeto a la identidad cultural; la autogestión; la responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas; y, la distribución equitativa y solidaria de excedentes (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2017, p.4).

La Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria detalla los principios por los cuales se deben regir las personas y organizaciones pertenecientes a este sector con la finalidad de buscar y conseguir el bien común prevaleciendo los intereses colectivos sobre los individuales como su pilar fundamental, consolidándose en una economía equitativa y solidaria para el crecimiento y desarrollo del país.

Este desarrollo económico debe ser consecuente con los grandes retos que enfrenta el planeta en lo ambiental. El aprovechamiento de los recursos con los que cuenta el país se debe hacer de manera responsable y sostenible. La noción de generar valor no solo se explica por el nivel de transformación sino por el uso eficiente de recursos que preserva el capital natural e incluso los regenera. Por estas razones, se vuelve imperioso reducir las brechas y desigualdades de género en la inclusión económica; identificar espacios de inserción en las cadenas de valor, que permitan intercambios justos y equitativos; fortalecer los mercados de comercio justo, que valoren elementos diferenciadores diferentes a la relación precio–volumen; y, gestionar responsablemente los

recursos, estableciendo prácticas productivas de menor impacto, que permitan mitigar los impactos del cambio climático (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017, p.72).

El aprovechamiento de los recursos del país por parte de los pequeños productores debe ser de manera responsable y sostenible, considerando que son la fuente principal de desarrollo que el país posee; además el sector de la Economía Popular y Solidaria busca disminuir las brechas de desigualdad, generando fuentes de empleo a través de los cuales el país pueda seguir en vía de desarrollo y disminuir en subempleo y desempleo, fortaleciendo el comercio justo para por pequeños productores considerando las variaciones de los precios en el mercado pero si afectar a la calidad de los productos, considerando el valor agregado al momento de sus producción y comercialización.

1.2. ANTECEDENTES

La búsqueda intelectual del significado y alcance de una buena sociedad, además, coincide con la búsqueda que en América Latina el movimiento de la economía solidaria intenta construir incorporando a los asuntos socioeconómicos la clave ética. La economía solidaria sería de esa manera, una propuesta alternativa de desarrollo basada en los valores de la cooperación, la equidad, la participación más plena posible y la sustentabilidad, entre los más reconocibles (Guerra, 2014, p.11).

A través del continuo desarrollo y crecimiento del mundo, cada vez se presentan y evidencian nuevos factores que afectan y obstaculizan este desenvolvimiento del sector económico, además el Sector de la Economía Popular y Solidaria debe enfrentarse a situaciones cada día más complicadas debido a la falta de condiciones que permitan a los emprendedores a competir en un mercado justo

y solidario, el cual busca conseguir un objetivo común, lo que obliga a buscar alternativas que impulsen a productividad y competitividad dentro del mercado.

En Ecuador, la Constitución de la República y la innovadora Ley de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario (LOEPS), visibilizan y definen este importante sector de la economía del país teniendo en consideración a los principios que las personas y organizaciones que componen la economía popular y solidaria han de cumplir; mismos que están basados en los valores ya mencionados de la economía social, solidaria y el cooperativismo, y propenden por medio de su cumplimiento a la búsqueda del Buen Vivir y del bien común (Guerra, 2014, p.12).

La Ley de Economía Popular y Solidaria permite a las personas y organizaciones registrarse a los principios que engloban al sector de la economía popular y solidaria con la finalidad de fomentar el cooperativismo y obtener el bien común; durante el período 2013 – 2017 se establecieron los lineamientos a través de los cuales se rigen los emprendedores que forman parte de este sector.

El aprovechamiento de los recursos con los que cuenta el país se debe hacer de manera responsable y sostenible. La noción de generar valor no solo se explica por el nivel de transformación sino por el uso eficiente de recursos que preserva el capital natural e incluso los regenera. Por estas razones, se vuelve imperioso reducir las brechas y desigualdades de género en la inclusión económica; identificar espacios de inserción en las cadenas de valor, que permitan intercambios justos y equitativos; fortalecer los mercados de comercio justo, que valoren elementos diferenciadores diferentes a la relación precio–volumen; y, gestionar responsablemente los recursos, estableciendo prácticas productivas de menor impacto, que permitan mitigar los impactos del cambio climático (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - Senplades, 2017, p.72).

El Ecuador cuenta con una gran variedad de recursos, los cuales pueden ser utilizados por los emprendedores para generar economía, pero el aprovechamiento de estos debe ser eficiente, responsable y sostenible considerando los impactos climáticos y la protección del medio ambiente. La recolección, explotación, producción y comercialización de los recursos le permite al país poder tener un crecimiento económico mayor y el fortalecimiento de la economía como tal.

El Global Entrepreneurship Monitor (2016) consideró que las actitudes de la sociedad hacia el emprendimiento y las percepciones sobre este construyen la cultura que soporta en diverso grado a los emprendedores. Tanto en Ecuador, como en la mayoría de los países de la región esta cultura es favorable al emprendimiento. Así, en 2016 Ecuador alcanza una actividad emprendedora temprana, TEA, de 31,8%, inferior a la obtenida en 2015 de 33,6%, ubicándose en primer lugar en la región, como se observa en la figura 1.

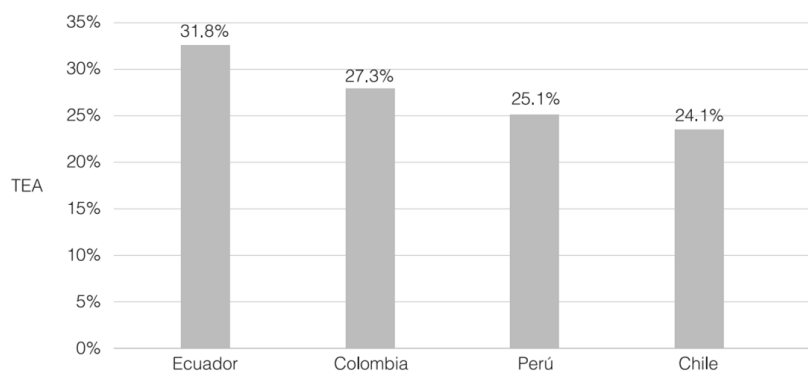


Figura 1. Países con TEA más alta en la región

Fuente: (Lecaro et al., 2016)

La capacidad de emprendimiento del Ecuador ha disminuido en relación del 2016 al 2015, esto se debe a varios factores que directa o indirectamente se ven involucrados con la capacidad productiva y de comercialización de un producto o servicio, por lo cual se ha evidenciado que

existe una falta de valor agregado en la productividad y competitividad en los emprendimientos del sector de la Economía Popular y Solidaria.

Ecuador sigue con mala calificación en temas de competitividad. El país continúa su caída en el ranking de competitividad global del Foro Económico Mundial (FEM) y en el 2017 se ubica en el puesto 97 de 137 economías, con un índice de competitividad global (ICG) de 3.91. El estudio se elabora con indicadores del 2016 (Maldonado, 2017).



Figura 2. Datos de Ecuador del Índice de Competitividad Global 2017-2018

Fuente: (Maldonado, P., 2017)

El índice de competitividad mide una variedad de parámetros a través de los cuales los negocios y especialmente los emprendimientos pueden identificar los factores más problemáticos al momento de entrar a competir en el mercado; donde se considera las inestabilidades políticas, las tasas impositivas y las regularizaciones laborales como los factores más riesgosos al momento de colocar un negocio o realizar un emprendimiento en el Ecuador.

Según el ciclo del emprendimiento y los resultados de entrevistas a informantes calificados, mapeo de actores y el análisis al contenido de una muestra de sitios web de las organizaciones que contribuyen al emprendimiento, se observa que estas tienden a enfocar su apoyo en la etapa relacionada a la “motivación de emprendedores”, pues, cerca de 6 de cada 10 proyectos ejecutados para impulsar el emprendimiento en el Ecuador, se concentran en actividades ligadas a charlas, conferencias, foros y/o seminarios dirigidos a la promoción del interés por crear una empresa propia (Araque, 2015, p.75).

El ciclo del emprendimiento se encuentra en torno a la motivación de los emprendedores, dando como resultado uno de los factores primordiales al momento de poner en marcha un proyecto productivo con la finalidad de generar ingresos económicos; y consecuentemente maximizar el valor del negocio determinando el factor diferenciador que le permitirá ofrecer un valor agregado al cliente impulsando la competitividad y productividad del negocio y a la par del sector económico.

La competitividad así definida, solo puede ser sostenible en el tiempo si se basa en la producción eficiente (derivada de constantes aumentos de productividad) de bienes y servicios de alta calidad y variedad. Ambas características: tanto las reducciones de costos derivadas de los incrementos de productividad, como la elevada calidad y variedad en bienes y servicios producidos, permiten generar una alta satisfacción en los consumidores y facilitan la inserción en la economía mundial. Así, las diferencias en productividad y calidad en la producción de bienes y servicios de un país en relación al resto del mundo definen su brecha de competitividad relativa, determinando la capacidad de las empresas de ese país de captar y mantener posiciones en los mercados internacionales de exportación (Banco Central del Ecuador, 2017).

Los indicadores de productividad y competitividad conducen a los negocios a establecer las estrategias adecuadas para permanecer en los mercados a los cuales se encuentran enfocados en la producción y comercialización de sus productos y/o servicios, tomando en cuenta la calidad, el valor agregado y principalmente el factor diferenciador, los cuales le permiten poder sobrevivir a las variaciones y fluctuaciones económicas, considerando de igual manera la competencia y diversos factores externos que pueden dificultar la posición en el mercado. Se debe considerar que el nivel de competitividad es aquel indicador que refleja el desarrollo de la productividad y la calidad de su modelo productivo.

El apoyo al emprendimiento e innovación como un rasgo claramente presente en la cultura del Ecuador, ha empezado a notarse apenas en los últimos años. Los primeros intentos por cambiar esa realidad -más o menos aislados y estructurados-, han dado paso hoy en día a políticas y acciones claras de los sectores públicos y privados que, en esencia, quieren hacer del emprendimiento un elemento clave del desarrollo económico del país. No es un trabajo fácil, pero sus resultados empiezan ya a aparecer en el horizonte (Catapulta, 2011, p.5).

Aunque la cultura de emprendimiento en el Ecuador se ha desarrollado constantemente durante los últimos años, aún existe una falta de valor agregado dentro de los proyectos de emprendimiento y consecuentemente una disminución en los indicadores de productividad y competitividad, además se han visto disminuidos por el aumento de las tasas de subempleo y desempleo.

Ecuador es un país que actualmente se encuentra en una etapa de desarrollo media, todavía altamente dependiente de la explotación de recursos naturales no renovables, pero con grandes potencialidades de desarrollo dada su riqueza natural y mega diversidad. Al momento el mayor desafío para Ecuador es transformar su matriz productiva para depender menos de recursos naturales no renovables y más de productos con valor agregado y alto contenido en conocimiento.

En los últimos años, ha dado un salto en infraestructura vial, comunicacional y logística, así como en educación y salud. Ahora el principal objetivo es fortalecer el sector productivo para lograr esta gran meta. Siendo el Ecuador uno de los países más emprendedores del mundo las potencialidades para la creación de empresas innovadoras y competitivas se hacen evidentes y es por esto que se vuelve necesario implementar políticas que faciliten el desarrollo de un ecosistema amigable para el nacimiento de las empresas del futuro (Alianza para el Emprendimiento e Innovación, 2014, p.5).

El Ecuador es un país que se encuentra en vías de desarrollo, debido a que todavía depende en gran porcentaje de la explotación de sus recursos para poder generar riqueza, ya que su riqueza natural y biodiversidad le ha permitido posicionarse en el mercado, para lo cual hay que tomar en cuenta que el no aprovechar eficientemente los recursos que posee el país, no se puede generar fuentes de ingreso de manera eficiente, considerando que el objetivo del país es fortalecer su sector productivo; para lo cual el Sector de la Economía Popular y Solidaria ha implementado políticas que fortalezcan un ambiente solidario basado en el cooperativismo para alcanzar el bien común.

Durante el período 2013 – 2017 en el Ecuador se ha fomentado construir procesos de desarrollo sostenibles y solidarios con la finalidad de que los emprendedores generen y mantengan fuentes de trabajo dignas, a la vez aportar a la economía del país; donde el fortalecimiento del comercio justo ha sido constituido como el objetivo primordial.

Los inversionistas en lo local y los mercados en lo internacional, buscan ciertos lugares o nichos específicos por lejanos que estos estén, por una sola razón, el valor agregado en lo que compran, que les de beneficios adicionales orientados por lo general al cuidado de la salud y el medio ambiente. Esta preferencia de los consumidores a nivel mundial abre la posibilidad de agregar valor a la producción especialmente agrícola del Ecuador, sin necesidad de incurrir en costos de

mecanización ni maquinaria para clasificación y empaquetado, sino captando el mensaje de los mercados internacionales, los cuales están dispuestos a pagar más por productos no necesariamente más procesados (Cueva, 2016, p.15).

En el Ecuador el valor agregado es considerado un factor importante para los inversionistas al momento de invertir en un negocio o emprendimiento, puesto que ese factor es el diferenciador y lo que le ayuda a posicionarse no únicamente en el mercado sino en la mente del consumidor y a través del cual se puede impulsar la productividad y competitividad, especialmente en el sector agrícola es importante considerar este factor debido a que muchos productores han optado por no utilizar conservantes ni preservantes, lo cual es considerado un factor diferenciador en el sector.

En el Distrito Metropolitano de Quito, la búsqueda de mejorar la capacidad productiva y ampliar el mercado de las microempresas y pequeñas empresas a través de la innovación del modelo tradicional de negocio y la mejora de la atención comercial y servicio al cliente ha ido creciendo. El área de Economía Popular y Solidaria es quien ejecuta el programa de emprendimientos y las capacitaciones que permiten desarrollar nuevas estrategias para impulsar los negocios, inyectándoles conceptos de atención al cliente, mejoramiento de los locales comerciales, contabilidad, entre otros (Agencia de Promoción Económica ConQuito, 2016).

La implementación de nuevas metodologías en la ejecución y puesta en marcha de los emprendimientos del Distrito Metropolitano de Quito ha permitido de alguna manera poder direccionar a los proyectos a utilizar el efecto diferenciador el cual les permitirá permanecer en el mercado al igual que impulsar la productividad y competitividad del sector de la Economía Popular y Solidaria, siempre basada en el comercio justo el cual beneficia a los emprendedores y productores a principalmente obtener un precio justo por los productos y/o servicios que se encuentran comercializando en el mercado nacional e internacional.

A través del tiempo se puede evidenciar que el sector de la Economía Popular y Solidaria ha ido creando leyes, lineamientos y distintas reformas las cuales están fundamentadas en obtener el bien común creando ecosistemas amigables de emprendimientos y promoviendo el desarrollo económicos, tomando en cuenta que estos sistemas han permitido a la economía popular y solidaria beneficiar a comunidades mediante la realización de un trabajo colectivo, es decir, un trabajo en equipo el cual les permita generar ingresos y estabilidad económica.

El sistema económico del Ecuador por definición constitucional es social y solidario, ya que propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza. A partir de esta definición, se busca garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el Buen Vivir, en el cual interactúan los subsistemas de economía pública, privada, y la popular y solidaria (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017).

La economía ecuatoriana se basa y enfoca en la transformación productiva, razón por la cual se busca establecer los elementos claves para lograr el desarrollo económico; es por ello que durante los últimos cinco años se pudo registrar una moderada contracción a consecuencia de varios factores macroeconómicos y productivos que han contribuido a la disminución del Producto Interno Bruto – PIB y esto ha sido como consecuencia de catástrofes naturales, disminución en los índices de productividad y competitividad, así como la disminución en el indicador del Valor Agregado Ecuatoriano – VAE en cada uno de los bienes y servicios que se comercializan en el mercado local e internacional.

Para los cambios estructurales de la composición de la economía es necesario aumentar las posibilidades reales de transformación estructural, generando nuevos procesos y fortaleciendo el sistema productivo basado en eficiencia, generación de valor agregado e innovación, para reducir

la vulnerabilidad externa, donde el desafío es alcanzar la transformación de la matriz productiva e incentivar nuevas producciones, para superar la estructura primario-exportadora (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017, p.72).

En este sentido es importante equilibrar los sectores pertenecientes a la economía ecuatoriana, para lo cual la Ley de Economía Popular y Solidaria se ha basado en varios principios a través de los cuales se protege el comercio justo, por lo cual se debe exigir mayor calidad en los productos ecuatorianos con la finalidad de lograr incrementar los índices de competitividad en el mercado interno principalmente y posteriormente poder expandirse al mercado internacional.

El Estado ecuatoriano lo que busca principalmente es salvaguardar los intereses de los actores de la economía local, tomando en cuenta que dentro de este grupo se encuentran pequeños y medianos productores, así como los emprendedores y representantes de la economía popular y solidaria.

En conclusión, pese al deficiente aprovechamiento de los recursos del país, se puede evidenciar que conjuntamente con el apoyo de diversas organizaciones 6 de cada 10 emprendimientos pertenecientes al sector de la Economía Popular y Solidaria han sobrevivido en el mercado, aunque aquellos que fracasaron no consideraron tomar en cuenta implantar en su proyecto un factor diferenciador el mismo que conduce a poseer y brindar un valor agregado para impulsar la productividad y competitividad.

Con el fin de combatir este problema el país ha optado por implementar alternativas que permitan mejorar los indicadores de productividad y competitividad, considerando que el Ecuador es un país que posee una gran variedad y diversidad de recursos.

1.3. JUSTIFICACIÓN

El desarrollo sostenible tiende a establecerse cuando un país principalmente se enfoca en producir o generar aquellos productos y/o servicios que tienen una ventaja comparativa frente a la competencia, donde dicha ventaja se encuentra direccionada a mejorar la productividad e incrementar la competitividad para un área específica; tomando en cuenta que la atención a estos sectores refleja la posibilidad de incrementar los índices de éxito y consecuentemente obtener una economía sustentable y sostenible. Por lo tanto, es importante remarcar el concepto de desarrollo sostenible dentro de la economía, considerando las oportunidades de incentivar este tipo de sectores; así como evitar el estímulo de impulsar aquellas producciones para las que un país no se encuentra apto o preparado.

Su viabilidad depende de la información obtenida a través de la recolección de datos, para lo cual se buscará información histórica y se realizarán encuestas a individuos directamente involucrados, por tal motivo existen datos suficientemente relevantes para realizar la investigación.

En base al estudio de esta problemática se puede determinar que la carencia de las condiciones necesarias para una economía social y solidaria es generada por el bajo nivel de productividad y competitividad que existe en el comercio justo, influenciado por diversos factores como falta de fuentes de trabajo, inestabilidad en los precios de los productos y/o servicios que se encuentren en el mercado seguidos de la deficiente administración y aprovechamiento de los recursos del país.

La carencia de condiciones necesarias para el desarrollo de una economía popular y solidaria sustentable se ha tornado representativa dentro de los ejes de la economía del Ecuador, debido a los deficientes niveles de productividad y competitividad al momento de realizar un comercio justo, considerando el factor de la agregación de valor primordial para que un nuevo emprendimiento o

negocio permanezca principalmente dentro del mercado ecuatoriano debido a las fuerzas que controlan el mercado.

1.4. IMPORTANCIA

Los emprendimientos pertenecientes al sector de la Economía Popular y Solidaria, representa el 25,8% del Producto Interno Bruto (PIB) según el Banco Central del Ecuador (BCE), por lo que se les considera fundamentales para el crecimiento y dinámica de la economía del país; tomando en cuenta que los factores de productividad y competitividad son los principales indicadores que evidencia el desempeño y desenvolvimiento de la economía ecuatoriana.

A pesar, desde el tercer trimestre del año pasado los sectores productivos empezaron a recuperarse. Una contracción de -1,5% se registró en el Producto Interno Bruto (PIB) de 2016, según el último informe publicado por el Banco Central del Ecuador (BCE). Esta tasa es inferior a la prevista de -1,7%. El BCE sostiene que las razones de dicho impacto se originan en la caída del precio del petróleo, la apreciación del dólar, el terremoto del 16 de abril del año pasado, el deficiente aprovechamiento de los recursos y contingentes legales que afectaron al desempeño de la actividad económica de 2016 (Recalde, 2017).

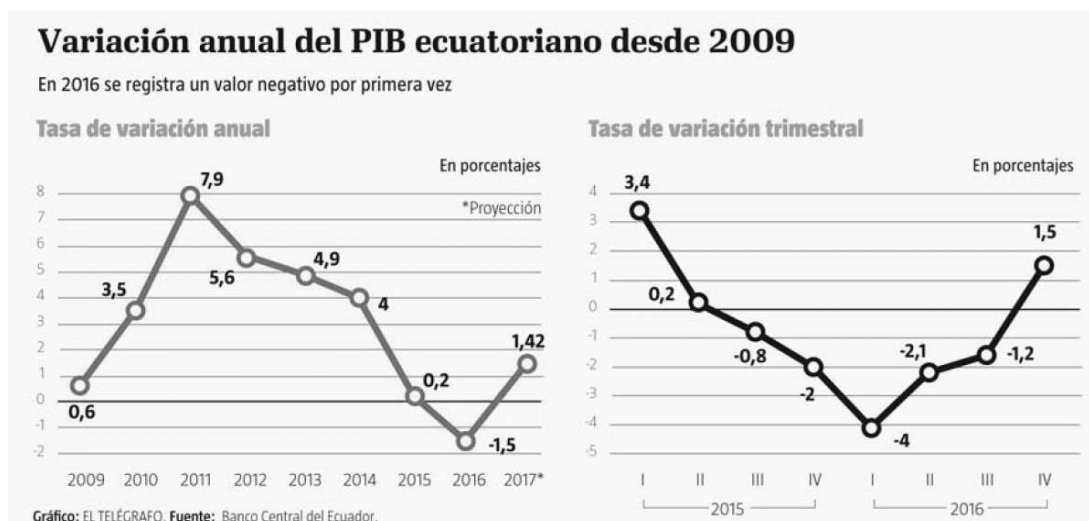


Figura 3. Variación anual del PIB ecuatoriano desde 2009

Fuente: (Recalde, S., 2017)

La caída del Producto Interno Bruto (PIB) refleja que existen diversos comportamientos que afectan directa e indirectamente al crecimiento y dinamismo del sistema económico del Ecuador, por un lado, la estructura del modelo económico ecuatoriano ha permitido que los emprendimientos productivos formen parte y agregan valor al crecimiento y desarrollo económico. Sin embargo, existen todavía distintos inconvenientes a los cuales se ven enfrentados los nuevos emprendedores, y es el difícil acceso al mercado, pero para lo cual se han creado la Ley de Economía Popular y Solidaria que resalta el comercio justo y solidario.

El comercio justo ha permitido establecer lineamientos y políticas que velen por los intereses de los emprendedores con la finalidad y del objetivo del conseguir el bien común fundamentado en los principios de solidarias, equidad e igualdad; los cuales rigen al sector de la Economía Popular y Solidaria.

Impulsar y fortalecer la Economía Popular y Solidaria (EPS) en Ecuador son unas de las estrategias que desarrolla el Gobierno Nacional para promover el cambio de la matriz productiva,

consecuentemente el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS), destacó que en términos de generación de empleos, la EPS crea más del 60% de trabajo autónomo y el 55% de los alimentos que consumimos a nivel urbano es producido por personas que participan en esta actividad, este sector es fortalecido y apoyado por sus principios de solidaridad, de propiedad colectiva, de los bienes de producción, de distribución equitativa, de los excedentes y las utilidades que también generan (Grijalva, 2013).

La generación de empleo por parte del sector de la Economía Popular y Solidaria ha contribuido a que las brechas de subempleo y desempleo disminuyan, sin embargo, gran parte de los emprendimientos puestos en marcha han fracasado debido a que sus índices de productividad y competitividad no agregan valor a su producto y por ende se torna complicado y difícil permanecer en el mercado donde los precios y la competencia se vuelve incontrolable.

Es importante considerar el desenvolvimiento de los índices de productividad y competitividad en el desarrollo del sistema económico ecuatoriano debido a que con el paso de los años estos índices han sido los más evidentes en el desempeño de los negocios y emprendimiento que se han puesto en marcha dentro del país. Considerar estos factores dentro del sistema productivo del Ecuador es de vital importancia, ya que en los últimos 5 años el cambio de la matriz productiva enfocada en diversos panoramas ha sido lo primordial, para lo cual se han implantado varias reformas y lineamientos a través de los cuales se busca del desarrollo y bienestar del país.

Conforme al paso del tiempo el aprovechamiento de los recursos que posee el Ecuador ha ido incrementando en cuanto a su extracción, producción y comercialización; más no se ha considerado el factor de aprovechamiento en cuanto a su utilización de manera productiva y competitiva ya que no únicamente se busca generar el factor económico, sino establecer un modelo que agregue valor al producto ecuatoriano.

Por consiguiente el correcto desarrollo de un modelo productivo para los emprendimientos baso en la agregación de valor para generar productividad y competitividad no únicamente en el mercado local, sino poder extenderse al mercado internacional, es de vital importancia, ya que permitirá a los emprendimientos poseer una visión más amplia de las estrategias y métodos que deben aplicar al momento de aprovechar los recursos que posee el país buscando en bienestar económico y por ende la permanencia de los emprendimientos en el mercado.

Con el fin del incrementar los índices de productividad y competitividad dentro del comercio justo, los emprendimientos deben principalmente agregar valor a sus productos para que la permanencia dentro del mercado no se vea afectada por la competencia y distintos factores que influyen en el desenvolvimiento y puesta en marcha de los nuevos negocios; además es fundamental considerar la evolución de estos índices para poder establecer estrategias y reformas que colaboren y ayuden al desempeño de los emprendimientos a fin de agregar valor a toda la cadena de producción a través de la cual se rigen.

La mayoría de los emprendedores se localizan dentro del Distrito Metropolitano de Quito debido a que las Instituciones que los direccionan y buscan apoyo y fortalecimiento de sus emprendimientos dentro de este sector, además varias de las capacitaciones para fortalecer sus negocios son dictadas en este sector, por lo cual el análisis de los índices de productividad y competitividad del sector de la Economía Popular y Solidaria es de vital importancia para el desarrollo de la economía del país.

1.5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La economía del Ecuador debe estar al servicio de la sociedad, por lo cual el sistema económico ecuatoriano, por definición constitucional, es una economía social y solidaria; tomando en cuenta

que dentro de este sistema interactúan los subsistemas de la economía pública, privada y popular y solidaria; por lo cual los tres subsistemas son importantes y requieren incentivos y regulación, y políticas que promuevan la productividad y la competitividad (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017, p.64).

Actualmente el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 busca una sociedad en la que las personas puedan satisfacer sus necesidades y alcanzar una vida y muerte dignas, con equidad y justicia social, libres de todo tipo de violencia y discriminación, logrando armonía individual, social y con la naturaleza, considerando que se procura principalmente el crecimiento económico con procesos redistributivos de corresponsabilidad social relacionando entre lo urbano y lo rural, con la finalidad de sostener la vida.

Es justo y necesario que se trabaje continuamente en el desarrollo de capacidades productivas buscando la competitividad en el mercado y en el entorno para conseguir un desarrollo integral y un comercio justo. Según Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2017) durante la última década el conseguir un comercio justo y solidario se ha convertido en un desafío, el cual ha generado esfuerzos para, entre otros: mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo; asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional; incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas; y con ello, permitir la consolidación y sostenibilidad del sistema económico (p.68).

Considerando los resultados de los indicadores de desempeño económico del país es importante tomar en cuenta que el sector de la Economía Popular y Solidaria aporta al PIB global. El Ministerio de Inclusión Económica y Social (2013) manifestó "...el impacto de la Economía Popular y

Solidaria de Ecuador aporta 13 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) y genera el 64 por ciento del empleo nacional”.

De igual manera este indicador tiene una importante participación en el desempeño de los indicadores de empleo, debido a que el sector de Economía Popular y Solidaria genera plazas de trabajo. Según Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC (2017) la población económicamente activa corresponde a 3'112.953 personas y la población económicamente inactiva 3'642.068 personas.

El Global Entrepreneurship Monitor considera como potenciales emprendedores a aquellos adultos que ven oportunidades para emprender en un horizonte de seis meses, así como aquellos que consideran poseer los conocimientos y habilidades para hacerlo. En 2016, aproximadamente el 60% de la población considera emprender como una buena opción de carrera; 61% considera confiere estatus, y 69% destaca el rol de los medios. Estos valores se han reducido con respecto al 2015, aunque son cercanos a la media regional e inferiores a la media para economías de eficiencia. Sin embargo, Ecuador está por sobre los mencionados promedios, en relación al papel de los medios de comunicación (Lecaro et al., 2016, p.26).

La tasa de actividad emprendedora (TEA) es un indicador que permite medir la intención de emprender, considerando la región y la economía del país; con la finalidad de ayudar a la economía y al desarrollo del país, debido a que este factor permite motivar el emprendimiento en el Ecuador para lograr una economía de eficiencia. El sector de la Economía Popular y Solidaria tiene una importante participación dentro de la economía nacional, sin embargo, existen diversos factores que no han contribuido a incrementar la productividad y competitividad del comercio justo para el desarrollo del país y consecuentemente la deficiencia de estos factores ha dificultado el desarrollo y el crecimiento de la economía del país.

Dentro del período de gobierno del Eco. Rafael Correa se implantó la Ley de Economía Popular y Solidaria que no únicamente establece las bases, los lineamientos y principios que rigen a los individuos y entidades que forman parte de este sector para que todos sus involucrados obtengan beneficios sobre los mismos. En el Ecuador las formas constitutivas basan sus esfuerzos en la producción de bienes o servicios destinados para el consumo propio, así como para la producción y comercialización en el mercado, considerando que su único objetivo es generar autoempleo e ingresos que les permitan subsistir.

El deficiente aprovechamiento de los recursos naturales en el Ecuador ha desencadenado una serie de problemas en la productividad y competitividad de los emprendimientos en el crecimiento económico del país, ya que existe un índice de desconocimiento significativo en como plantearlos y ejecutar cada uno de los proyectos y propuestas de emprendimientos productivos, conduciéndolos a un resultado incompleto o poco funcionales y operativos al momentos de su aplicación, tomando en cuenta que la esperanza de vida del proyecto dentro del mercado se ve expuesta.

Consecuentemente considerando a los índices de productividad y competitividad como ejes principales para que un nuevo emprendimiento o negocio permanezca en el mercado, y combata con las fuerzas externas; es primordial tomar en cuenta el factor de valor agregado de cada uno de sus productos o servicios que se encuentren ofertados en el mercado y así poder tener la oportunidad de crecer en un mercado local e internacional, además consecuentemente generar más plazas de empleo para disminuir los índices de subempleo y desempleo en el país.

En la actualidad la sobreexplotación de los recursos que posee el país, en la mayoría de los casos se ha realizado de manera irresponsable y sin considerar la afectación al planeta en general. La continua globalización a nivel mundial ha provocado un gran impacto en el aprovechamiento de los diversos recursos especialmente recursos que tengan que ver con la producción agrícola en el

país, y consecuentemente la disminución de estos recursos afecta al desarrollo y desempeño económico, financiero, político y social.

Los recursos naturales en el Ecuador son de gran importancia ya que contribuyen de manera directa con el desarrollo y bienestar de la sociedad ecuatoriana, es decir, se caracterizan como la riqueza de la nación, es por el ello el deficiente aprovechamiento de los recursos genera un impacto significativo en el desarrollo económico del país.

Poseer una economía sostenida y fundamentada en la eficiencia es de gran importancia para el desarrollo y crecimiento de un país, por lo cual es importante que el manejo de los recursos renovables y no renovables sea de manera adecuada, considerando esta premisa es importante resalta que desde el año 2013 al 2017 el Ecuador ha establecido políticas y lineamientos para formar e impulsar una economía sustentada en la justicia y la equidad entre todos los seres humanos.

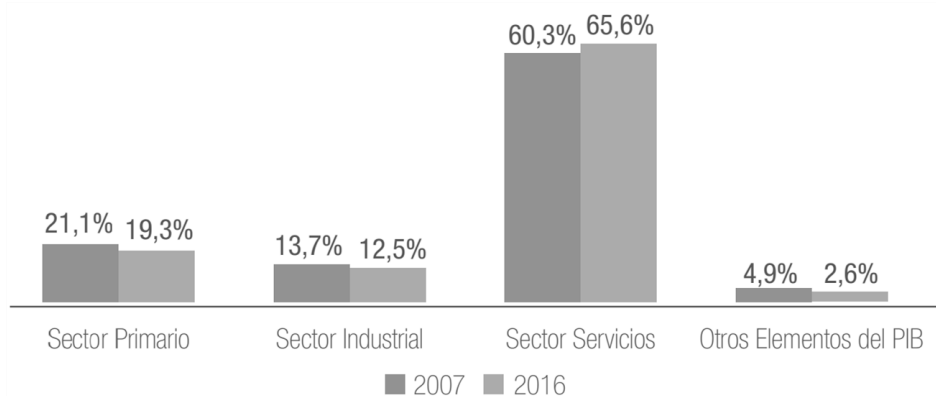


Figura 4. Composición del Producto Interno Bruto por sectores (%)

Fuente: (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - Senplades, 2017)

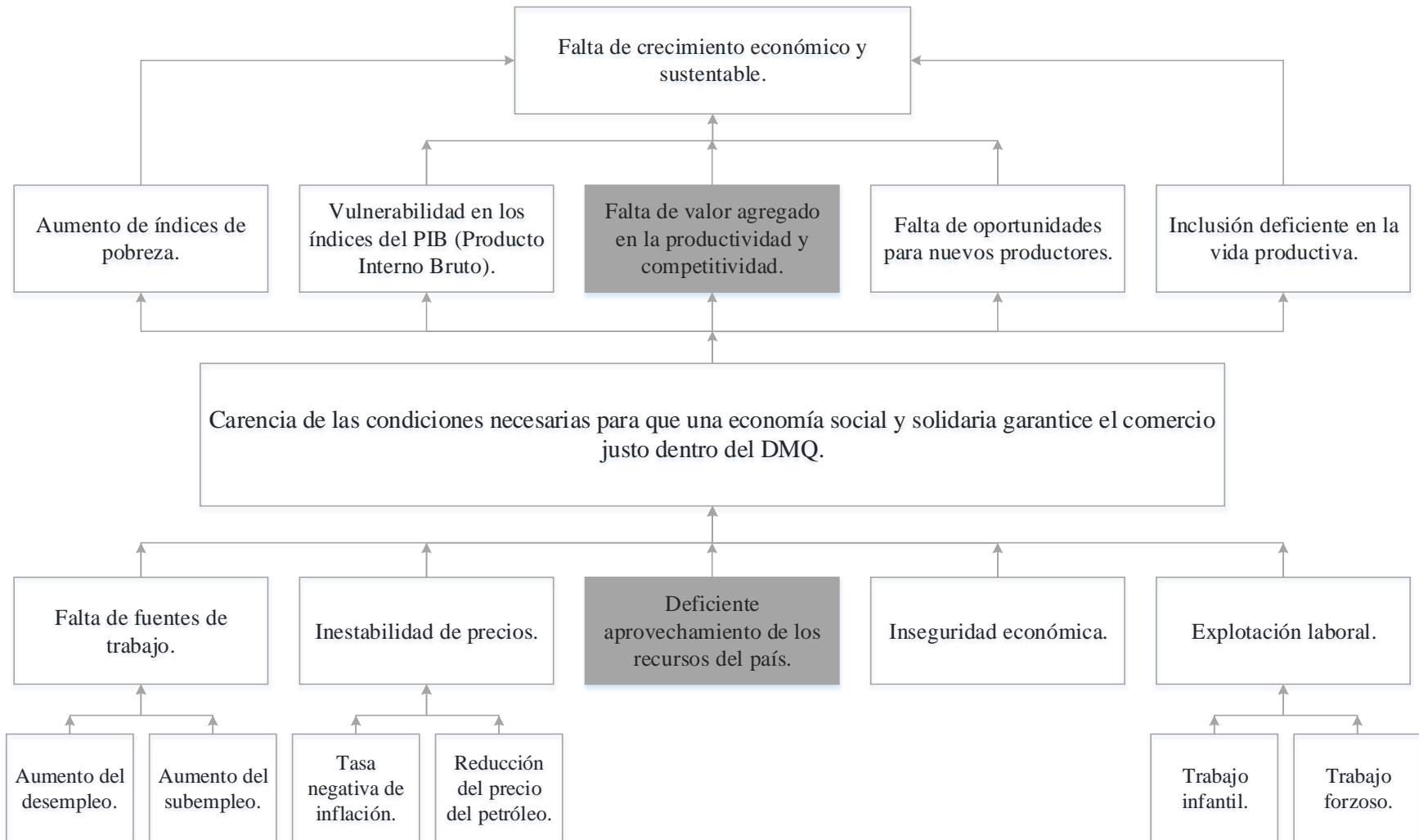


Figura 5. Árbol de Problemas

Una vez identificado que existe una carencia en las condiciones necesarias para que una economía social y solidaria garantice el comercio justo, una de las alternativas para mejorar la productividad y competitividad es implementar un modelo productivo para los emprendimientos en el Ecuador. Donde el estudio se centrará en analizar como la realización y ejecución de los emprendimientos productivos apoyarán al desarrollo económico del país y apoyarán al crecimiento del sector de la Economía Popular y Solidaria.

La formulación del planteamiento del problema se desarrolló en base a la siguiente matriz:

Tabla 1

Matriz de Análisis de Situaciones

Situación actual real negativa	Identificación del problema a ser investigado	Situación futura deseada positiva	Propuestas de solución al problema planteado
Deficiente aprovechamiento de los recursos del país por parte de los emprendimientos dentro del sector de la Economía Popular y Solidaria en el Distrito Metropolitano de Quito provoca una falta de productividad y competitividad dentro del mercado.	Carencia de las condiciones necesarias para que una economía social y solidaria garantice el comercio justo.	Perfecto aprovechamiento de los recursos del país por parte de los emprendedores mediante la implantación de condiciones necesarias para incrementar su productividad y competitividad.	Incorporar un modelo económico para las medianas empresas, PYMES, en el Distrito Metropolitano de Quito, que sirva como base para impulsar el crecimiento económico sustentable y sostenible.

En consecuencia, los emprendimientos productivos son considerados de manera individual o en grupo que interactúan entre sí, con la finalidad de conseguir un objetivo en común, el cual les

permita incrementar la productividad y competitividad basándose en el comercio justo, para fortalecer su participación activa y estructurada en su cadena de valor implementando así las estrategias adecuadas frente a las variaciones económicas que constantemente sufre el mercado; por lo que este proyecto pretende evidenciar el crecimiento de este sector económico y dar soporte al sector de la Economía Popular y Solidaria, especialmente con los emprendedores que son la base de esta economía para impulsar el crecimiento económico sustentable de manera redistributiva y solidaria, es decir, que estos emprendimientos incrementen sus niveles de sostenibilidad y mayor sea la esperanza de vida de los mismos en el mercado.

1.6. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es el deficiente aprovechamiento de los recursos del país la principal causa de la carencia de las condiciones necesarias para que una economía social y solidaria garantice el comercio justo lo que provoca una falta de valor agregado en la productividad y competitividad durante el período 2013 – 2017 en el DMQ?

1.7. LIMITACIONES Y DELIMITACIONES

El entendimiento del DMQ requiere simultáneamente de una comprensión sectorial de los campos y sobre todo de una clara visión de su interdependencia, cuyas propuestas de solución deben ser confrontadas y validadas por los principios de la planificación y por el concepto del desarrollo sostenible (Alcaldía Metropolitana de Quito, 2015).

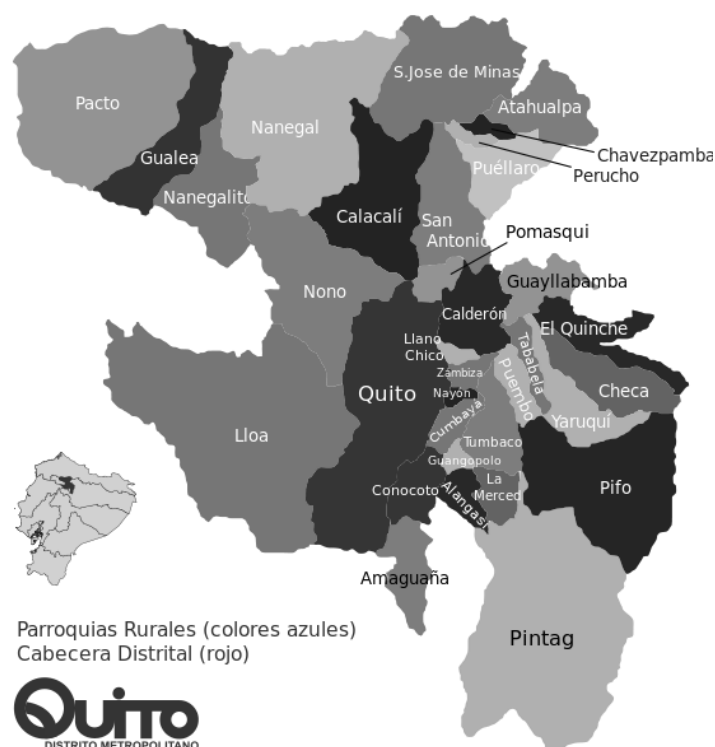


Figura 6. División parroquial del Distrito Metropolitano de Quito

Fuente: (Beltrán, P., 2016)

El sector de la Economía Popular y Solidaria ha tomado más importancia en los últimos años debido a que la forma de organización dentro del Distrito Metropolitano de Quito ha permitido que los nuevos productores y emprendedores se organicen de manera colectiva o individualmente para desarrollar nuevos procesos de producción, comercialización y consumo de bienes y servicios, con la finalidad de satisfacer necesidades y consecuentemente generar ingresos, basado en los principios de solidaridad, cooperativismos y equidad, considerando al trabajo y ser humano como sujeto y fin para establecer el desarrollo del país sostenible y de manera equitativa.

Los resultados del análisis de la Economía Popular y Solidaria llevados a cabo por la Secretaría de Desarrollo Productivo y Competitividad, arrojaron que aproximadamente 74.870 personas son

parte de la Economía Popular y Solidaria, es decir, cerca del 14% de las personas ocupadas en el Distrito Metropolitano de Quito (Barrera y Novillo, 2015).

1.8. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar el deficiente aprovechamiento de los recursos del país y su incidencia en la falta de valor agregado en la productividad y competitividad del comercio justo para el fortalecimiento de una economía social y solidaria en el Distrito Metropolitano de Quito.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer el nivel de gestión empresarial y financiera de las medianas empresas, PYMES, del Distrito Metropolitano de Quito durante el período 2013 – 2017.
- Analizar la incidencia de las herramientas tecnológicas e innovación en la competitividad de las medianas empresas, PYMES, del Distrito Metropolitano de Quito.
- Determinar los obstáculos que poseen las medianas empresas, PYMES, para incrementar los niveles de productividad y competitividad dentro del mercado.
- Diseñar un modelo productivo para las medianas empresas, PYMES, que sirva como base para impulsar el crecimiento económico sustentable y sostenible que incremente los índices de productividad y competitividad.

1.9. HIPÓTESIS

El deficiente aprovechamiento de los recursos del país provoca la falta de valor agregado en la productividad y competitividad del comercio justo en el Distrito Metropolitano de Quito.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. TEORÍAS DE SOPORTE

TEORÍA ECONÓMICA

La teoría económica analiza la interacción entre causa y efecto, relacionando cada una de las variables de estudio con la variada realidad social entre otros factores por la cual se ve influenciada, considerando las hipótesis de las variables estudiadas y por lo tanto el análisis que se realiza. Este modelo económico permite estudiar las modificaciones que sufre una variable económica como resultado de las variaciones de otras magnitudes respecto al entorno.

La teoría económica permite a un país desarrollarse y penetrar en un mercado más extenso con la única finalidad generar recursos económicos, interrelacionado diversos factores internos y externos que influyen directamente con el desarrollo de una economía; tales como la productividad, competitividad, innovación, tecnología, entre otros; los mismos que pueden ser analizados para determinar el nivel de crecimiento de un año a otro y establecer estrategias de mejora continua.

La competencia debe comprenderse como una manera de realizar el progreso económico y técnico, en la medida de lo posible, sin interferencias. Su justificación es, pues, un aumento estable de la producción. Una política de economía social de mercado exige una política consciente de crecimiento económico. Sería un error suponer que un alto nivel de ocupación no sea compatible con una política de mercado (Erhard et al., 2011).

En los últimos 5 años, la idea de la economía social ha tomado un giro dentro de mercado, considerándolo como un mecanismo regulador para el sistema económico del Ecuador, ya que

gracias a esta transformación y reestructuración del sector económico los emprendedores y nuevos productores han podido formar parte de este sector a través de la Economía Popular y Solidaria con la finalidad de generar ingresos para mejorar sus condiciones de vida. La política económica ha logrado un progreso más dentro de cada uno de los sectores y estableciendo políticas y lineamientos para que sean más controlados y especialmente direccionados por el comercio justo.

La economía social de mercado ha probado que un orden económico de mercado en funcionamiento es capaz de elevar el nivel de vida de amplísimos sectores y que a través de la compensación extiende sus beneficios a los socialmente débiles. Pero, más allá del aumento del standard general de la vida, ofrece a quienes en el campo técnico-económico son especialmente capaces y poseen genio emprendedor, posibilidades de éxito y lucro. Es importante observar que su proyecto apunta a hacer partícipes de esta recompensa a quienes viven y trabajan con ellos (Erhard et al., 2011).

El orden económico es aplicado directamente en la economía social, debido a que el comportamiento de mercado es impredecible, y en la actualidad lo que busca es asegurar el funcionamiento de los negocios con la finalidad de maximizar sus ganancias y contribuir al desarrollo económico del país, ya que el Estado ecuatoriano lo que busca es velar por la estabilidad financiera, aumentar las plazas de trabajo y armonizar los procesos productivos para conseguir el bien común.

La Economía Social de Mercado se basa en la eficiencia de los sistemas económicos y productivos a través de los cuales se generan nuevas oportunidades para los emprendedores y nuevos productores, direccionados a incrementar el nivel de productividad y competitividad especialmente del sector de la Economía Popular y Solidaria.

Durante los últimos cinco años en el Ecuador se ha implantado un modelo económico basado en la Teoría Económica de Keynes, basado en la apertura para el establecimiento de nuevos emprendimientos que generen empleo y consecuentemente recursos económicos, con la finalidad de estimular el empleo para estimular el sistema económico; considerando la participación del sistema de la Economía Popular y Solidaria dentro del sistema económico del país. El objetivo principal de esta teoría es la estabilización de la economía, sustentado a través de cuatro componentes: consumo, inversión, compras públicas y exportaciones de bienes y servicios.

La Figura 7 formula una serie de principios establecidos por Eucken con la finalidad de establecer nuevos lineamientos que protejan el comercio justo para los actores del sector de la Economía Popular y Solidaria a través de los cuales se puede establecer una economía estable y sostenible e impulsar una economía social conforme con el dinamismo del mercado. Sin embargo, a pesar de los principios establecidos directamente por la Ley y el marco constitucional del Ecuador, estos principios constitutivos, regulatorios y suplementarios de la política económica, buscan proteger la esencia de la Economía Social, considerando este sector como uno de los que ha ganado impulso y sobre todo apoyo por parte del Gobierno Ecuatoriano para su establecimiento y con las leyes establecidas protección a los nuevos productores y emprendedores.

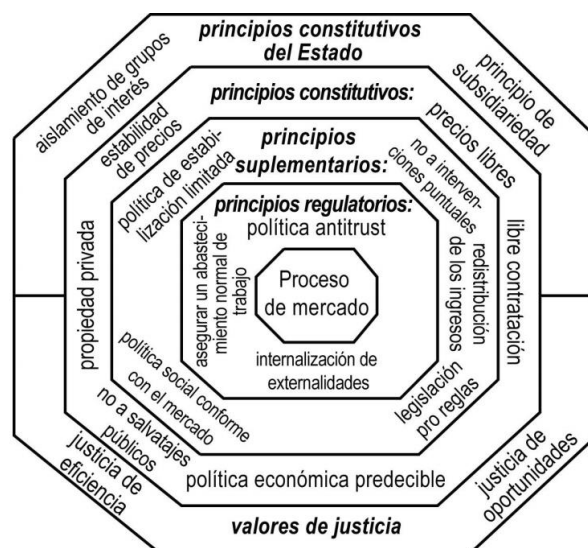


Figura 7. Economía Social de Mercado

Fuente: (Erhard et al., 2011)

El modelo económico en Ecuador se basa principalmente en la teoría de John Keynes, el factor clave cuya manipulación es capaz de evitar tanto el desempleo como la inflación pasa a ser la demanda agregada (esta demanda está representada por el consumo, inversión y gasto público). Cuando el conjunto de estos tres componentes exceda el nivel de renta real del pleno empleo, la brecha será deflacionista y se traducirá en desocupación de los recursos productivos (Recalde, 2013, p.3).

La teoría económica se enfoca en expresar cómo se desarrollan y desenvuelven las economías y la manera de interactuar con los diferentes agentes económicos que rigen a un país; este análisis se basa en el estudio de la sociedad, las finanzas y especialmente en la puesta en marcha de nuevos negocios estructurados a través de la innovación y el emprendimiento, pero considerando fenómenos externos y sociales como la educación, la política, entre otros que sustentan el ciclo económico de los negocios.

En el estudio de la economía surgen dos campos fundamentales de análisis: el micro y el macro. La microeconomía se ocupa del análisis del comportamiento de los elementos individuales de una economía, como lo son las actividades de productores y consumidores, ya sea como individuos o como grupo de ofertantes y demandantes. En este sentido, forma parte fundamental del análisis microeconómico, la determinación del precio de un producto en el mercado. Por su parte, la macroeconomía se refiere al estudio de la economía en su conjunto, ósea, los agregadores económicos tales como el producto nacional tonal, el empleo total, la inflación, la oferta monetaria, etc. De esta forma, por lo general, el análisis de los fenómenos “micro” se basa en la participación de los individuos o de las empresas al actuar en mercados específicos. En contraste, el estudio de las causas y soluciones de problemas “macros” tales como el desempleo y la inflación, pertenece al ámbito de la acción gubernamental (Toro, 2012).

La microeconomía se centra en los actores individuales económicos, direccionados a la toma de decisiones considerando los objetivos principalmente los precios de los bienes y servicios que se encuentran en el mercado; ya que la finalidad de estos es optimizar la utilización de los recursos que posee un país con el objetivo de maximizar la utilidad fundamentalmente de los nuevos productores y emprendedores dentro del mundo de los negocios.

En Ecuador, la microeconomía enfatiza su importancia en obtener el máximo beneficio y bienestar en la conducción empresarial; para el manejo de los negocios, tratando de alcanzar el fortalecimiento empresarial y, con ello, el desarrollo económico. En la sociedad la economía y microeconomía interpreta las variaciones que cada día sufren los precios de los bienes y servicios, ya sea que estos estén al alza o a la baja, cómo determinan el comportamiento de los consumidores y de sus ganancias; con la finalidad de poder interpretar y comprender el convulsionado mercado capitalista en los actuales momentos y, así mismo, orientar de mejor manera las inversiones de

capitales y poder generar empresas dinámicas, puestos de empleo y desarrollo sostenido (Pilay, 2015, p.19).

Dentro de la sociedad la microeconomía se concibe como el conjunto de actores que realizan una elección libremente y de manera independiente con la finalidad de satisfacer las necesidades, obtener una satisfacción mayor y generar una utilidad o ganancia máxima de ser el caso; considerando que la microeconomía se basa en dos principios: elección racional y equilibrio, bajo el primer principio se forma el comportamiento de los productores y consumidores representados estos comportamientos bajo las curvas de la oferta y la demanda respectivamente, evidenciando los puntos de maximización. Mientras que el principio de equilibrio se entiende por el punto de intersección entre estas curvas lo que determina el precio y la cantidad de equilibrio, lo que significa que se obtendrá un punto óptimo.

La macroeconomía se enfoca principalmente en el crecimiento económico, describiendo principalmente las fluctuaciones que sufre una actividad económica dentro del mercado en torno a su tendencia, dichas fluctuaciones no únicamente tienen que ver con la política monetaria de un país en particular; sino en las políticas que contribuyen a la estabilidad de un producto o servicio en el mercado. Las fluctuaciones ocurren de acuerdo a los cambios que se produzcan en el mercado, por lo cual generalmente los escenarios de la productividad y competitividad cambian.

La macroeconomía como parte de la economía estudia los grandes agregados económicos: la producción, el empleo, la inversión, los precios, las importaciones, exportaciones, entre otros. Considera la suma de las actividades económicas que desempeñan todas las unidades económicas individuales, es decir, se encarga del análisis del comportamiento económico colectivo (Elizalde, 2012, p.14).

En este sentido, el análisis del funcionamiento económico de un país se enfoca en gran parte por la relación que posee con países vecinos y el mundo en general, considerando sus objetivos a corto y largo plazo. Primero se focaliza en el comportamiento del ciclo económico, la inflación, los niveles de desempleo y el déficit público y comercial; por consiguiente, se busca el crecimiento económico, incrementar los niveles de productividad y los efectos o reacciones dentro de la política económica.

La situación económica en el Ecuador durante los últimos cinco años se ha basado en la evolución de la producción de bienes y servicios, medida a través del Producto Interno Bruto – PIB, considerando al desarrollo de la actividad económica ecuatoriano como de un lento crecimiento, lo que ha impedido principalmente generar una producción estable y sostenible durante el tiempo; con la finalidad de generar nuevas oportunidades de empleo, maximizando sus niveles de productividad y competitividad.

En la concepción de Smith, la dinámica de la productividad está determinada por el desarrollo de la división (social) del trabajo a través del progreso técnico y de las economías derivadas de la especialización y del aprendizaje que tal desarrollo supone, al tiempo que, junto a la acumulación de capital, constituye el principal determinante del progreso económico. En consecuencia, la visión de Smith de la eficiencia productiva se ha tenido a considerar desde la perspectiva del nivel o de la escala de producción (Ricoy, 2005).

Por otro lado, es importante considerar que para Adam Smith la dinámica de la productividad está determinada especialmente por la división del trabajo, sustentada a través de la especialización y cooperación de las fuerzas laborales en diferentes actividades, roles y tareas con la finalidad de mejorar la eficiencia, es decir, aumentar la producción en menos tiempo sin tener cambios constantes en la utilización de herramientas y buscando el ahorro del capital.

Referente a la división del trabajo los clásicos (específicamente Smith) sostenían que se encuentra ligada a la extensión del mercado, es decir, entre más división exista será porque la productividad será del mismo tamaño y de esta forma; si esta crece aumenta la necesidad de intensificar la división del trabajo y especializar tareas, lo cual generaría incremento en la productividad por la relación que existe entre las dos, y así habría crecimiento en general (Arias y Portilla, 2009, p.118).

El resultado de la aplicación de un conjunto de estrategias impulsando el desarrollo de cada una de las actividades dentro de un país, organización o empresa, es a través de la obtención de un trabajo equilibrado e idóneo, con la finalidad de obtener un crecimiento progresivo y generar economías de escala; lo que consecuentemente incrementa los índices de productividad y competitividad.

Con el paso de los tiempos y a través de los años los aportes de las teorías económicas planteadas por diferentes autores han sido significativos, sin embargo, no se han aplicado de la mejor manera, razón por la cual se han ido deteriorando poco a poco, es por ello que se debe tomar en cuenta la creación de un modelo económico ajustado a la realidad económica, política y social que sufre cada país.

TEORÍA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

La promoción de la Economía Popular y Solidaria (EPS) deviene en una tarea crucial para consolidar una modalidad de desarrollo que facilite una relación equilibrada entre la sociedad, el Estado y el mercado. Además de que nos permitirá alcanzar mayores niveles de producción y consumo social y ambientalmente sustentables, tal promoción es indispensable para construir los

fundamentos de un cambio cultural dirigido a erradicar la pobreza y la desigualdad (Muñoz, 2015, p.3).

Durante los últimos años, en el Ecuador y el mundo entero, el sistema de economía popular y solidaria ha incursionado en un enfoque basado en el cooperativismo, respondiendo a una lógica excluyendo del capitalismo donde exaspera al individualismo; que únicamente promueve la maximización de las utilidades y la concentración de la riqueza; considerando este enfoque el fortalecimiento de la Economía Popular y Solidaria busca generar trabajo durante todo el proceso de vida de un individuo, promueve la facilidad de acceso a los factores productivos para impulsar el poder del pueblo.

El sistema de Economía Solidaria se estructura y fundamenta ante la existencia de una crisis estructural conducida al consumismo y la sobreproducción, generalmente existe la idea dentro de una sociedad de que las empresas para solidarizar la contribución de bienes, tecnología, recursos financieros, y la aportación de capital; con la finalidad de incrementar su capacidad de negociación, elaborar productos con valor agregado e incursionar en una escala mayor dentro de la economía; incluyendo a todos los ciudadanos dentro del proceso productivo de manera sostenible.

Para potenciar a las economías solidarias, se torna necesario complementar las dinámicas productivas con las financieras y, también, articular el comercio con el consumo. En efecto, la Economía Solidaria es una apuesta por la equidad y la justicia social ya que refuerza y consolida comportamientos en favor de la solidaridad, en lugar del individualismo. En Ecuador, la EPS es un subsistema económico en construcción que coexiste con las economías pública y privada para conformar un único modelo económico social y solidario. Se reconoce así los numerosos emprendimientos económicos populares, y se apuesta por su inclusión en economías solidarias como alternativa al modelo capitalista que los ha excluido (Muñoz, 2015, p.5).

La Economía Popular y Solidaria se establece como un sistema económico alternativo que busca democratizar la concentración de la riqueza y el acceso a los recursos productivos del país; es decir, se trata de una forma de producción que no aleja a la sociedad de su crecimiento y desarrollo, para lo cual se sustenta en el trabajo y el cooperativismo; con la finalidad de corregir el objetivo equívoco de la mayoría de empresas en únicamente basarse en la maximización de sus utilidades, sino en cooperar para solucionar problemas en la distribución de la riqueza.

El sector económico popular y solidario se fundamenta en la regulación de políticas privadas y públicas con la finalidad de establecer medidas de supervisión y control de las actividades productivas y financieras especialmente, para de esta manera tener un control y regulación de todas las organizaciones y negocios que forman parte de este sistema económico, y poder direccionarlos a incrementar su productividad y competitividad dentro de un mercado de negocios y se puedan establecer de una manera adecuada y sostenible, contribuyendo al desarrollo y crecimiento económico del país. El fortalecimiento de este sector es fundamental en la economía del país, debido a que ha ayudado al crecimiento económico, brindando apoyo principalmente aquellos sectores con redistribución de los sectores con ingresos menores, donde el concepto dirigido por valores social prevalece sobre el sistema capitalista, buscando el bien común a través de formas que organización económica social y solidaria que han podido reducir el impacto de posibles crisis económicas, considerando al trabajo como el factor principal para el impulso de la economía; aprovechando nuevas oportunidades que se fortalezcan un comportamiento pro activo de cada sector bajo un marco de principios y valores, el cual priorice los intereses colectivos.

Las interrelaciones, el funcionamiento y la composición o estructura de este sector económico no estaban totalmente definidos; de modo que, si bien se conocía en parte, no quedaban claras sus características, lo cual dificultaba la toma de decisiones y las posibles actuaciones que las diferentes

instancias del Estado podían realizar sobre el sector. La figura 8 muestra un acercamiento sistémico sobre la estructura del modelo económico social y solidario en Ecuador, permitiéndonos tener un primer conocimiento sobre los sectores que lo componen, así como sus interrelaciones si bien para profundizar en éstos se hace necesario un análisis desde una óptica micro-socioeconómica (Guerra, 2015, p.28).

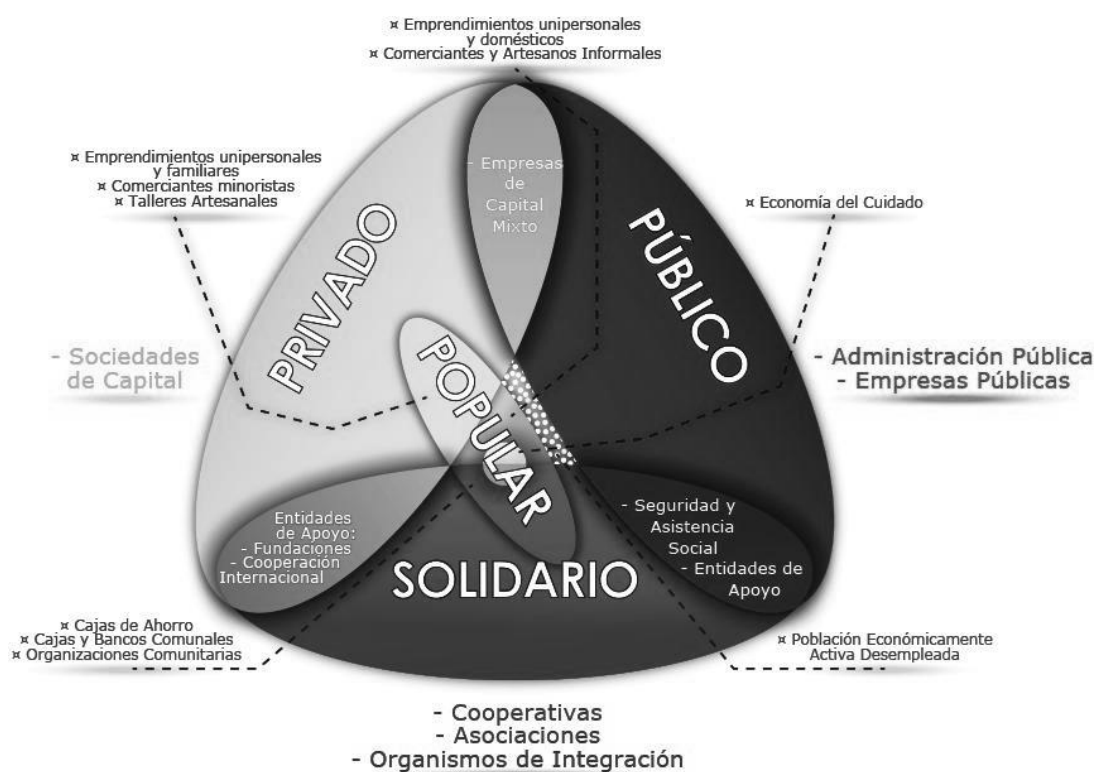


Figura 8. Estructura sistémica de los sectores económicos que componen el país

Fuente: (Guerra, P., 2015)

La economía ecuatoriana ha sido históricamente una economía plural y heterogénea, en la que han interactuado distintas formas de organización económica que, aún en medio de la hegemonía capitalista, no solo subsisten, sino que han logrado desarrollar formas de organización económica popular y solidaria que se articulan o no, con la economía pública y la economía privada de corte

más empresarial. La economía popular, definida como las estrategias de reproducción simple o ampliada de la vida de individuos o familias que buscan generar su propio empleo e ingreso para satisfacer así su necesidad de bienes y servicios, y la economía solidaria como formas económicas más organizadas y cooperativas pero que persiguen el mismo fin, donde prevalece el ser humano sobre el capital, más que el objetivo de maximizar beneficios como ocurre en la economía empresarial (Sánchez, 2016, p.36).

Considerando este enfoque, el impulso que ha tomado el sector de la economía popular y solidaria ha ido incrementando con el paso de los años, por ser un sector estratégico para promover el desarrollo de los sectores más vulnerables, de manera democrática en base a la economía popular ecuatoriana, es por ello que este sector trata de impulsar todas las formas de organización que conforman el sector de la economía solidaria, tomando en cuenta que se centra en las personas, es decir, los ciudadanos; y no se centra en el capital; tomando iniciativa a través de la innovación, la productividad y la competitividad. Estas iniciativas se centran en un sistema económico social y solidario, a través de la consideración de un conjunto de lineamientos, normas, valores y prácticas para organizar las fases de un proceso productivo, de distribución, comercialización y consumo de productos y servicios que satisfacen un sin número de necesidades y requerimientos.

En el nivel del sistema económico social y solidario, se emprenden algunas iniciativas entre normas, regulaciones, mecanismos de control y fomento, buscando la expansión de mecanismos más sistémicos de la economía social, centrada en la reproducción ampliada de la vida y en la satisfacción de demandas y deseos legítimos de la población. Entre estas iniciativas se puede mencionar aquellas dirigidas a cambiar la matriz productiva, distributiva y de consumo. Estas iniciativas no plantean por sí mismas un nuevo orden económico, imposible de lograrlo en el sistema mundo actual con hegemonía del capital global, pero; sí suponen una transición forjada

desde lo que se podría avanzar en el espacio nacional, disputando la hegemonía de los intereses del capital hacia los intereses del ser humano y de la vida misma (Sánchez, 2016, p.38).

La Economía Popular y Solidaria se enfoca en el cambio de la matriz productiva, enfrentando los problemas estructurales de desigualdad, a través del fortalecimiento de las cadenas productivas en las cuales se incluya la participación de la economía popular y solidaria; es por ello que la economía ha tomado un nuevo giro en el impulso de las exportación de productos ecuatorianos, considerando impulsar la productividad e incrementar los niveles de competitividad a nivel nacional e internacional; todo esto fundamentado en el principio de igualdad contribuyendo a la erradicación de la pobreza.

La Economía Popular y Solidaria puede definirse como el conjunto de recursos, capacidades y actividades, de las instituciones que reglan la apropiación y disposición de los recursos en la realización de actividades de producción, distribución, circulación, financiamiento y consumo realizados por los trabajadores, sus unidades domésticas (familiares y comunales), y las organizaciones específicas que se dan por extensión para lograr tales fines (emprendimientos unipersonales y familiares, redes de ayuda mutua, juntas con fines de gestión económica, cooperativas, asociaciones diversas) organizando los procesos naturales y las capacidades humanas con el objetivo de reproducir la vida y fuerza de trabajo en las mejores condiciones posibles esta economía opera a través de: la producción para el autoconsumo individual o comunitario, el trabajo asalariado, la producción para la venta obteniendo mediante estos dos últimos ingresos que a su vez permiten el acceso a los productos del trabajo de otros, y la obtención de donaciones de diverso tipo, transferencias monetarias y subsidios de costos y precios respecto a los valores de mercado (Pinda, 2016).

El sistema de Economía Popular y Solidaria es un modelo económico que se fundamenta en el bien común, considerando al ser humano como factor principal y respetando a la naturaleza; dejando así al capital como segundo plano. En la mayoría de los países de Latinoamérica este modelo económico ha empezado a tomar mayor fuerza de la economía, debido a su enfoque y apoyo a nuevos emprendimientos, para redistribuir la riqueza de manera equitativa e igualitaria, respetando a todos los participantes.

Los datos macroeconómicos del país muestran una realidad de crecimiento económico con redistribución hacia los sectores de menores ingresos. No obstante, es precisamente en esta etapa de auge económico donde los valores de la economía social y el cooperativismo deben prevalecer sobre los valores del capitalismo “salvaje”, que ha puesto a las sociedades de las mayores economías mundiales en una situación de vulnerabilidad y desmantelamiento del Estado de bienestar. En contraparte, han sido las diferentes formas de organización de la economía social y solidaria las que han servido de amortiguador a las crisis económicas y financieras, evitando la exclusión socioeconómica y manteniendo el trabajo como un elemento fundamental de dignificación de las personas (Jácome y Páez, 2014, p.34).

Por otro lado, el enfoque de la Economía Popular y Solidaria gira alrededor de los aspectos humanísticos y sociales, donde el factor principal es el ser humano y la naturaleza; considerando este sector económico como un sector de sinergia, ya que considera el bien común a través del cooperativismo como el factor fundamental para el crecimiento y desarrollo económico del país. Las organizaciones que forman parte del sector de economía popular y solidaria desempeñan un rol importante dentro del aprovechamiento de nuevas oportunidades para generar empleo y consecuentemente ingresos, con la finalidad de conseguir el bienestar de todos.

El conocimiento de los fundamentos, principios y valores permite a toda organización definir su estructura interna, delimitar las acciones de sus integrantes y definir el alcance de sus operaciones. La Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (LOEPS) en su artículo 4 establece, ocho principios que las organizaciones de la economía popular y solidaria deben cumplir: búsqueda del buen vivir y del bien común; prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales; comercio justo y consumo ético y responsable; equidad de género; respeto a la identidad cultural; autogestión; responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas; y, distribución equitativa y solidaria de excedentes (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria - SEPS, 2012).

Los principios del sector de la Economía Popular y Solidaria buscan, la satisfacción plena de las necesidades de todos los ciudadanos, ya sean estas objetivas o subjetivas a través de un modelo económico sostenible, justo, es decir, un desarrollo sustentable para la vida de todo ser humano; este sistema otorga a las diferentes organizaciones la posibilidad de ser autónomas, siempre que se encuentren a pagadas a la ley que les rige. Este sector permite a las organizaciones ser más equitativas, responsables y transparentes en las relaciones comerciales que realicen en torno a los valores éticos.

El sector de Economía Popular y Solidaria establece que el comercio justo, nace como medio de regulación voluntaria de los precios de mercado entre grupos con distinta condición económica, incorporando criterios de justicia sino de calidad de los procesos y productos (preservación de comunidades, de ecosistemas, no discriminación, etc.), al procurar expandirse va incorporando criterios propios de la competencia de mercado (costos y precios, certificación de la calidad y consecuentes generación de estructuras jerárquicas, homogeneidad y continuidad de abastecimiento de los productos, etc.), y poco a poco se va convirtiendo en negocio, y hoy los

grandes supermercados tienen en sus góndolas productos de comercio justo con todas las consecuencias de la subordinación de la justicia al criterio de rentabilidad del capital (Coraggio, 2011, p.397).

TEORÍA DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

La teoría desarrollista, se ha venido apartando de la visión puramente economicista, para establecer una clara subordinación, del crecimiento económico, a los objetivos del desarrollo, donde el crecimiento económico, no debe ser el fin, de las políticas de los países, sino el medio, que facilite el desarrollo de los seres humanos. Además, con una política adecuada, la incorporación de nuevas tecnologías y la mejora del capital humano, se puede conseguir, que la protección del medio ambiente no tenga costos agregados, en términos de crecimiento y empleo, en el corto plazo. Igualmente, la protección del medio ambiente se convierte en un argumento, para potenciar, los procesos de liberación y el incremento de la competencia, en los mercados de productos y de capitales, así como, la flexibilización del mercado de trabajo, procurando con ello, que las próximas generaciones, vivan en un mundo de continuo crecimiento, cuyo desarrollo económico, se dé en un ambiente intacto, con calidad de vida y cohesión social. Por lo que, debe establecerse un compromiso global desde todos los niveles de la actuación social, a fin de trazar los lineamientos que permitan configurar un cambio social, económico, político y ambiental (Díaz, 2015, p.392).

Considerando el continuo desarrollo del conocimiento a nivel mundial, repercutiendo en el progreso de sociedad, se debe tomar en cuenta que el aprovechamiento de los recursos del país contribuye al crecimiento económico del mismo, siempre y cuando sea de manera óptima y

adecuada; direccionada a construir una economía sostenible y sustentable, a través de la cual se fundamente el crecimiento económico y el desarrollo sostenible y sustentable a lo largo del tiempo.

La sostenibilidad en el transcurso de los años ha tomado gran importancia dentro de las economías, ya que es un factor determinante en el desarrollo y crecimiento económico, es por ello que los objetivos principales de para poder lograr un desarrollo sostenible, son catalizar el crecimiento económico, a través de promover la equidad en toda sociedad y reducir los índices de pobreza. Bajo el precepto de la sostenibilidad económica, el desarrollo económico se refleja en el bienestar financiero y la estabilidad económica, que se consigue dentro de un país considerando que son parte de un proceso de crecimiento a largo plazo, tomando en cuenta que se deben aprovechar todas las oportunidades que se relacionen con el desarrollo para garantizar la sostenibilidad de la economía y la sociedad.

Las condiciones para obtener un desarrollo sostenible se fundamenta en una serie de procedimientos y estrategias para conseguir el orden social y económico con la finalidad de potencializar cada uno de los sectores económicos del país, para volver al país más competitivo y productivo fortaleciendo el marco constitucional, en el cual se incorporen factores económicos, políticos, sociales, culturales y ambientales que participen de manera activa en cada sector, para conseguir el bienestar común y conjuntamente el crecimiento y desarrollo del país.

La teoría de desarrollo sostenible con el paso de los años ha implicado una serie de problemas y conflictos entre la teoría y la historia vinculada directamente con el desarrollo económico, cultural y social; para lo cual se ha establecido varios parámetros y lineamientos dirigidos al desarrollo del país, buscando nuevos proyectos que salgan del enfoque neoclásico únicamente basado en el capitalismo y cambiando a un enfoque más productivo.

La teoría de desarrollo se enfoca en identificar aquellos factores potenciales que utiliza un país para poder disminuir sus índices de desempleo y subempleo, mejorando las condiciones de vida de sus actores, incrementando los niveles de productividad y competitividad en cada uno de los sectores de la economía del país, con la finalidad de que los rendimientos de la matriz productiva se incrementen continuamente; con la finalidad de que se aprovechen nuevas oportunidades las cuales permitan mejorar los procesos a través del uso de nuevas tecnologías, direccionados a buscar el bien común.

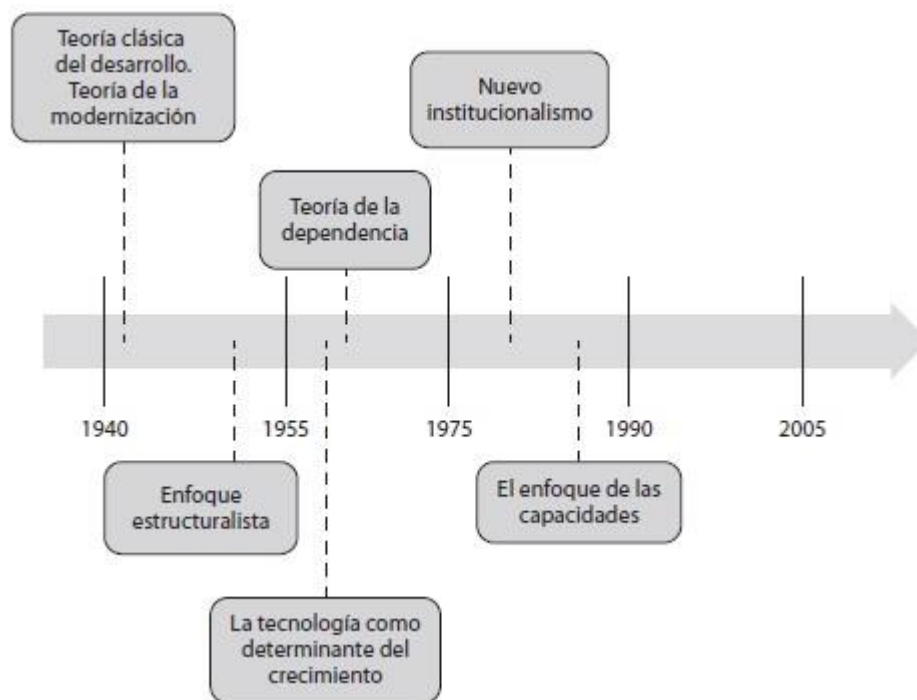


Figura 9. Evolución de la teoría del desarrollo

Fuente: (Ordoñez, J., 2014)

Según Ramírez (2008) prevalecía cierta preocupación en las economías desarrolladas por contener el comunismo y lograr la estabilidad internacional, tomando en cuenta que todo esto propició que se buscara una forma de impulsar o acelerar el desarrollo en las naciones del Tercer

Mundo, lo que originó una atención particular sobre aquellos postulados o teorías que analizaban la economía del desarrollo.

Dentro de la etapa de modernización con el paso de los años, el desarrollo económico de una nación equivale al crecimiento económico; es decir, el crecimiento sostenido eleva potencialmente el nivel de vida de una sociedad. Según Ordoñez (2014) afirma que se pensaba que en las etapas iniciales del crecimiento se daría un proceso de incremento de la desigualdad que con el tiempo se compensaría, además de que a través del incremento de la producción y la renta se reduciría la pobreza y se superaría el subdesarrollo. La industrialización, la protección del mercado interno y la intervención del Estado eran las vías para alcanzar el desarrollo (p.55).

Conforme a los avances de la civilización y la sociedad en general los objetivos de crecimiento empezaron a tomar mayor fuerza dentro de los sectores económicos de cada país con la finalidad de obtener dentro del mercado libertad y eficiencia en el campo de la economía, considerando el desarrollo de una economía no únicamente basada en el sistema capitalista sino en una economía más justa y humana competitiva y productiva dentro de un marco constitucional. Tomando en cuenta que la teoría neoclásica considera que el trabajo y el capital son los únicos factores que impulsan el crecimiento económico en el mundo, se torna discutible esta postura en torno progreso que los países desarrollados han logrado con el paso de los años, gracias a la aplicación de nuevas metodologías y sistemas dentro de los gobiernos, para lo cual el desarrollo de las tecnologías de información y comunicación argumenta un crecimiento representativo dentro de los sistemas económicos, políticos y sociales.

El desarrollo tecnológico ha generado grandes impactos en los sistemas de producción, ya que sus nuevos enfoques han permitido formular nuevas estrategias de crecimiento económico dentro de los diferentes sectores económicos, centrados en el aumento de los niveles de productividad y

competitividad vinculados a la difusión de conocimiento en bienestar de la sociedad. Considerando que los países desarrollados fueron de alguna manera los pioneros en crear un nuevo modelo enfocado en el desarrollo y la sostenibilidad de las economías; donde el enfoque de la matriz productiva es uno de los pilares para el crecimiento y desarrollo de las economías, mediante la incursión en nuevos mercados a partir de la sustitución de importación por exportaciones que le generen mayores ingresos.

El crecimiento económico está vinculado directamente al desarrollo sostenible mediante el mejoramiento de la capacidad productiva, a través de la competitividad, lo que mejora las condiciones y niveles de vida dentro de una sociedad, especialmente en los sectores más vulnerables y de escasos recursos, con la satisfacción de las necesidades básicas principalmente; dando así surgimiento a un nuevo modelo de inclusión económica y social, ligado a un enfoque social para conseguir el bienestar de todos los integrantes de una sociedad, con la finalidad de alcanzar no únicamente un desarrollo económico, sino también el desarrollo humano. Este sistema formado básicamente por las tres dimensiones y sus relaciones de interdependencia explica de alguna manera las diferencias que existe entre los países y al mismo tiempo entre el proceso de desarrollo dentro de las economías.

El concepto de desarrollo presenta diversas acepciones dada su naturaleza multidimensional. Sin duda es un tema de gran relevancia puesto que finalmente los esfuerzos de las sociedades están encaminados a alcanzar su desarrollo, y comprender el concepto y sus dimensiones en buena medida contribuye a diseñar mejores estrategias y políticas públicas para alcanzarlo; es por ello que en este contexto, las libertades y capacidades se encuentran determinadas por los derechos y oportunidades que las personas tienen dentro de una sociedad, ya que solamente a través de la posibilidad de elegir pueden alcanzar su bienestar. Sin duda medir el desarrollo y el bienestar es

una tarea compleja, debido a que existen muchas acepciones respecto a lo que es desarrollo y diseñar un indicador que permita recoger todas las inquietudes se presenta como algo imposible, aunado a la carencia de información y a que ciertos aspectos intrínsecos del desarrollo son fenómenos difíciles de medir dada su naturaleza (Ordoñez, 2014, p.56).

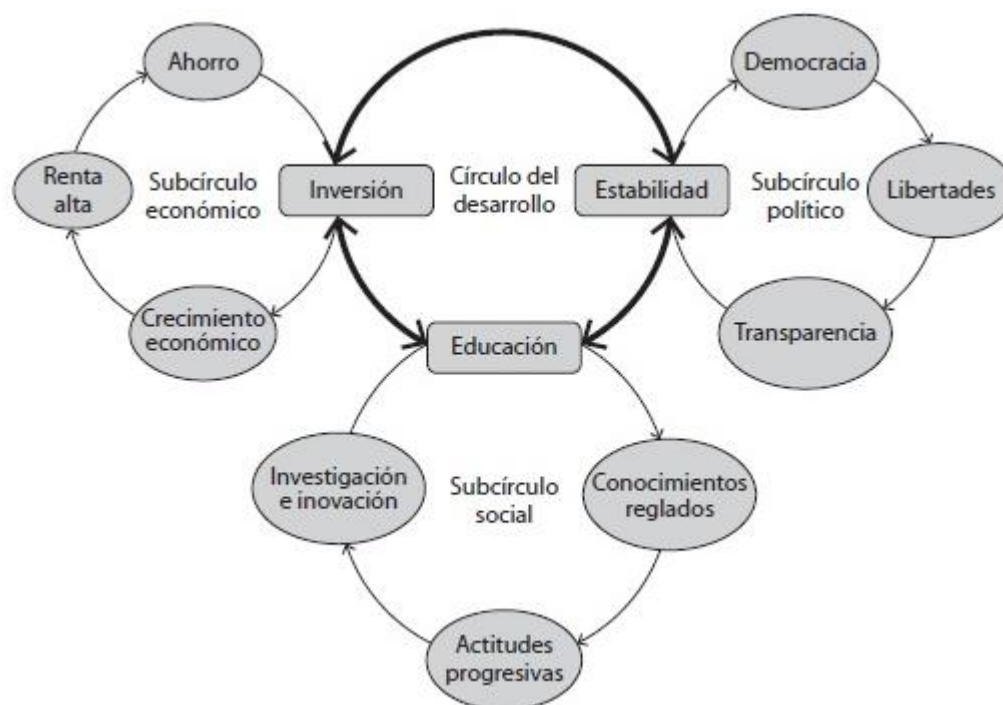


Figura 10. Teoría circular del desarrollo

Fuente: (Ordoñez, J., 2014)

Existen diferentes modelos que los países han tratado de implementar dentro de su economía con la finalidad de propiciar el bienestar; cada modelo utiliza diferentes variables enfocadas en torno a la situación económica y real del país, es por ello que el Estado lo que busca principalmente es la generación de la riqueza, a través de la implementación de políticas que salvaguarden la integridad física, económica y social de los ciudadanos, generando repercusiones positivas en la economía y el desarrollo. El círculo del desarrollo está fundamentado por el sistema económico,

político y social; a través de los cuales se busca obtener transparencia, innovación, crecimiento económico y un desarrollo sustentable y sostenible; lo que se evidencia en los niveles de productividad y competitividad que refleja el país; donde el desarrollo simplemente refleja un crecimiento sustentable considerando la igualdad y equidad como principios fundamentales que sustenten la generación de condiciones aptas para un ciclo de crecimiento sustentable, tomando en cuenta que la toma de decisiones de los gobiernos deben estar enfocadas a conseguir el bienestar de sus ciudadanos, mediante la protección de los derechos humanos, para lograr un desarrollo sustentable y sostenible dentro de la sociedad, mejorando la calidad de vida de las personas y los negocios.

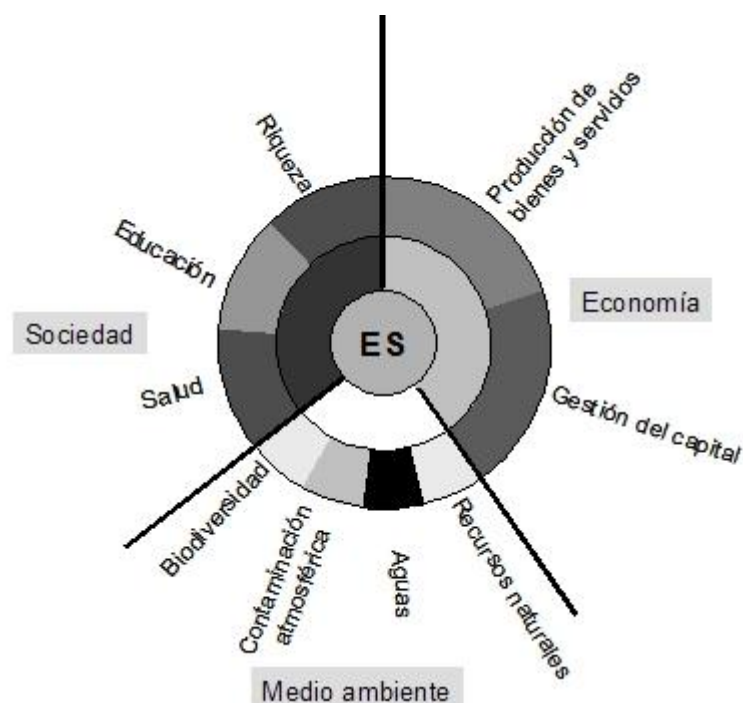


Figura 11. Ámbitos de una economía sostenible

Fuente: (Ordoñez, J., 2016)

La figura 11 muestra, en una de sus versiones posibles, lo que formalmente se reconoce como el triángulo mágico de la sostenibilidad, el cual es posible entenderlo como una descripción de ese sistema que es el objeto de análisis de sostenibilidad. Como vemos el camino adoptado consiste en tomar de cada subsistema un conjunto de temas que afectan a la sostenibilidad, porque se sabe a priori, por conocimiento formalizado o no, que esos temas sectoriales afectan a los equilibrios en los otros sistemas, y entre los sistemas, y en definitiva a la posibilidad de establecer un patrón duradero de desarrollo y mejora de la calidad de vida. Por ejemplo, se acepta por consenso que incide en la sostenibilidad el cómo las actividades económicas utilizan los recursos naturales. Y ese cómo significa con qué grado de eficiencia, con qué grado de conservación del stock de recursos (Jiliberto, 2016, p.6).

El esquema de obtener un desarrollo sostenible dentro del sistema económico, se ha convertido en una herramienta fundamental para incorporar a todos los sectores de la población en la participación de un mercado más amplio el cual sirva de conducto para generar mayores beneficios dentro de un marco participativo, equitativo y justo con cada uno de sus integrantes, mediante la integración efectiva de cada uno de los sectores económicos, políticos y sociales; buscando el bienestar social en conjunto de las normas de equidad de manera objetiva.

Cabe señalar la importancia de esta contribución al pensamiento económico pues centra su reflexión no en el crecimiento, sino en la capacidad que tiene una sociedad para brindar a la población el conjunto de capacidades que le permitan acceder a mejores oportunidades de bienestar social. Esta aportación teórica nunca hubiese sido incorporada en la definición de las políticas institucionales, si no hubiese existido la amplia movilización social en el mundo que pugnaba por crear una sociedad más justa, donde prevalecieran la libertad y la equidad; en busca del desarrollo sostenible (Gutiérrez, 2012, p.50).

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS TEORÍAS DE SOPORTE

Tabla 2

Cuadro comparativo de las teorías de soporte

TEORÍA ECONÓMICA	
Modelos Económicos (Erhard et al., 2011)	La Teoría Económica enfocada en el Crecimiento (Ricoy, 2005)
<p>La competencia debe comprenderse como una manera de realizar el progreso económico y técnico, en la medida de lo posible, sin interferencias. La economía social de mercado ha probado que un orden económico de mercado en funcionamiento es capaz de elevar el nivel de vida de amplísimos sectores y que a través de la compensación extiende sus beneficios.</p>	<p>La dinámica de la productividad está determinada por el desarrollo de la división (social) del trabajo a través del progreso técnico y de las economías derivadas de la especialización y del aprendizaje que tal desarrollo supone, al tiempo que, junto a la acumulación de capital, constituye el principal determinante del progreso económico.</p>
TEORÍA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA	
La Economía Popular y Solidaria, un eje clave del sistema económico (Muñoz, 2015)	Economía Popular y Solidaria (Coraggio, 2011)
<p>La promoción de la Economía Popular y Solidaria (EPS) deviene en una tarea crucial para consolidar una modalidad de desarrollo que facilite una relación equilibrada entre la sociedad, el Estado y el mercado. Además de que nos permitirá alcanzar mayores niveles de producción y consumo social y ambientalmente sustentables.</p>	<p>El sector de Economía Popular y Solidaria establece que el comercio justo, nace como medio de regulación voluntaria de los precios de mercado entre grupos con distinta condición económica, incorporando criterios de justicia sino de calidad de los procesos y productos, al procurar expandirse va incorporando criterios propios de la competencia de mercado.</p>

Continúa →

TEORÍA DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

**El Desarrollo Sostenible
(Díaz, 2015)**

La teoría desarrollista, se ha venido apartando de la visión puramente economicista, para establecer una clara subordinación, del crecimiento económico, a los objetivos del desarrollo, donde el crecimiento económico, no debe ser el fin, de las políticas de los países, sino el medio, que facilite el desarrollo de los seres humanos.

**Desarrollo sostenible: enfoques desde las ciencias económicas
(Vergara y Ortiz, 2016)**

En todo proceso de transformación de una economía hacia el desarrollo sostenible, se empieza por impulsar el ritmo de crecimiento de la producción total a través de una plena y eficiente utilización de los factores de producción, y al mismo tiempo la competitividad de los negocios.

La importancia de la productividad empresarial como componente principal de la competitividad, se enmarca dentro del desarrollo y crecimiento de las empresas considerando el entorno económico en un marco de integración de las fuerzas de la oferta y la demanda que rigen al mercado. Según Bonilla (2012) el crecimiento está asociado a diversos aspectos y uno de ellos es la competitividad, que debe empezar por proponer como objetivo prioritario la importancia de la productividad, toda vez que su dinámica releja el uso eficiente o no de los recursos con que cuentan los países, las empresas y los sectores (p.159).

A su vez las empresas deben considerar a la planificación estratégica, como uno de los mecanismos mediante el cual se puede optimizar de manera adecuada los recursos (mano de obra, maquinaria e inventarios, entre otros) que poseen, para la realización de cada una de sus actividades y la correcta ejecución de sus procesos; con el propósito de cumplir los objetivos organizacionales y buscar las maximizaciones de sus utilidades.

En esencia, las empresas ecuatorianas se enfocan en un entorno netamente capitalista sin considerar que el intercambio de bienes y/o servicios debe tomar en cuenta ciertos aspectos como:

diversificación de productos y/o servicios, sinergia de negocios, innovación, investigación y desarrollo, creatividad, entre otros; para estimular a la eficiencia interna y la rebaja de costos con la finalidad de entregar calidad y satisfacción plena a sus clientes. En este sentido, la incursión en nuevas técnicas de mejoramiento continuo se traduce en el acceso a nuevos nichos de mercado ya que se crea un incentivo para fomentar la calidad económica y social de las empresas, y por consiguiente la calidad de vida de los ecuatorianos mejoraría.

Hoy en día, la utilización eficiente de los recursos o factores productivos refleja el nivel de productividad que posee una economía o empresa, a lo que se añade la necesidad de comprender la importancia de los efectos que genera el uso de la tecnología e innovación. Según Bonilla (2012) insiste que el conocimiento y sus diversas expresiones son elementos indispensables para elevar los niveles de productividad y competitividad y ampliar los sectores productivos de un país, de ahí la importancia de realizar inversión en ciencia y tecnología (p.161).

Por otra parte, es un hecho que las actividades económicas en pequeña escala (empresas Pymes) en el Ecuador limitan el crecimiento de la productividad, ya que uno de los grandes desafíos que enfrentan este tipo de empresas para ser competitivas en el mercado es el fortalecimiento de la productividad. El bajo dinamismo de la productividad en algunos sectores obedece al deficiente aprovechamiento de los recursos. Según Romero (2016) las razones de este indicador tan bajo responden a: las limitadas políticas en ciencia, tecnología e innovación, la insuficiente disposición de infraestructura, el débil desempeño de las instituciones y la poca eficiencia en el mercado de bienes y en el mercado laboral (p.134).

La productividad representa una variable importante para alcanzar el desarrollo sostenible y sustentable de la economía, sectores y empresas, debido a que el comportamiento de estas es

fundamental para desarrollar un ambiente competitivo; y así conseguir la creación de ventajas competitivas disminuyendo las limitaciones para su crecimiento.

2.2. TEORÍAS COMPLEMENTARIAS

TEORÍA ADMINISTRATIVA

Las corrientes científicas del pensamiento administrativo generaron una importante mejora en los niveles de productividad a partir de organizar el trabajo en la fábrica (esencialmente Taylor) y en las oficinas (sobre todo Fayol); basada en que el mayor nivel de producción y de productividad debía mejorar la utilidad de la empresa y al mismo tiempo aumentar los ingresos de los trabajadores (Medina y Avila, 2002, p.263).

El crecimiento acelerado y desordenado de las economías seguidas de una administración deficiente es la premisa a través de la cual se tornó necesario elevar la productividad y competitividad a través del incremento de los niveles de eficiencia de los trabajadores, lo que consecuentemente condujo al desarrollo de un enfoque administrativo para fijar lineamientos que permita alcanzar la mayor eficiencia.

La Teoría de la Administración Científica hace énfasis en la productividad y la ignorancia de los factores motivacionales humanos lo que condujo a que sus postulados llevaran a la explotación de los trabajadores. Su principal exponente fue Frederick Taylor, cuya preocupación fundamental era el aumento de la productividad mediante una mayor eficiencia en la producción y la aplicación del método científico (Medina y Avila, 2002, p.264).

Taylor se enfocaba principalmente en aspectos empíricos encaminados directamente con incrementar los niveles de eficiencia de los trabajadores, para lo cual establece algunos principios

dentro de la teoría administrativa con la finalidad de poder racionalizar el comportamiento de los trabajadores y por otro lado buscaba corregir aquellas actividades erróneas por parte del cuerpo directivo de una empresa u organización, debido a que únicamente eran actividades caprichosas y arbitrarias, y transformarlos en procedimientos científicos y analíticos; buscando la eficiencia.

El trabajo es susceptible de ser estudiado científicamente, mediante la descomposición de sus elementos consecutivos, lo cual permite identificar movimientos innecesarios, herramientas con diseños inadecuados y puestos de trabajo mal diseñados y distribuidos. Surge así la idea de racionalización del trabajo a través del mejoramiento del proceso y el rediseño de este (Martínez, 2005, p.69).

A través de la idea desarrollada por Taylor de la Organización Racional del Trabajo – ORT, enfocada en el mejoramiento de la productividad mediante el rediseño del método del trabajo, considerando también la diferencia entre producción y productividad, proponiendo cuatro principios para poseer una administración basada en la productividad.

Según Medina y Ávila (2002) manifestaron que Frederick Taylor desarrolló cuatro principios fundamentales que permitían obtener un mayor rendimiento de la mano de obra y ahorro de los materiales:

1. *Principio de planeamiento.* Sustituir la improvisación por la ciencia, mediante la planeación del método.
2. *Principio de preparación.* Seleccionar científicamente a los trabajadores de acuerdo con sus aptitudes; prepararlos y entrenarlos para producir más y mejor, de acuerdo con el método planeado.
3. *Principio de control.* Controlar el trabajo para certificar que está siendo ejecutado de acuerdo con las normas establecidas y según el plan previsto.

4. *Principio de ejecución.* Distribuir diferencialmente las atribuciones y las responsabilidades, para que la ejecución del trabajo sea disciplinada.

Con la formulación de los principios propuestos por Taylor se obtuvo una alta especialización aumentando los niveles de eficiencia individual, además divide el trabajo de manera objetiva y reduce la presión a través de la distribución de cargas de trabajo; con la finalidad de que la organización y administración de una empresa o negocio se dirija al éxito.

En la actualidad el Taylorismo ha tenido un gran aporte en diferentes países tomando en cuenta los varios problemas que han surgido al momento de su aplicación como la dificultad al localizar y fijar responsabilidades y especialmente la violación del principio de la unidad de mando, pero debemos considerar que esta teoría sigue vigente por los aspectos relacionados con el análisis del trabajo, a través del estudio de los tiempos y movimientos, la división del trabajo, el diseño de las tareas, incentivos salariales por producción o diferentes actividades, condiciones de trabajo, supervisiones, estandarizaciones y el fortalecimiento de las ventajas competitivas especialmente.

La administración científica se interesaba únicamente con la optimización del esfuerzo para el mejoramiento de la productividad, mientras que con el paso de los años durante el siglo XX Henry Fayol hace énfasis en el establecimiento de principios generales principalmente.

Se partió de la premisa de que el conocimiento acerca de las prácticas administrativas puede ser establecido como un cuerpo coherente y uniforme y que pueden transmitirse las generalizaciones de las prácticas correctas y, por lo tanto, efectivas. Los catorce principios postulados por Fayol son división del trabajo, autoridad y responsabilidad, disciplina, unidad de mando, unidad de dirección, subordinación de los intereses individuales a los intereses generales, remuneración del personal, centralización, jerarquía o cadena escalar, orden, equidad, estabilidad y duración (en un cargo) del personal, iniciativa y espíritu de equipo (García, 2006, p.17).

Henry Fayol postula catorce principios a través de los cuales busca la especialización de las tareas con los trabajadores con la finalidad de aumentar los niveles de eficiencia, basados en que la responsabilidad se produce como consecuencia de la autoridad y dar cumplimiento a los estatutos y reglamentos, donde los intereses generales deben estar sobre los intereses particulares.

Dentro de la estructura de las empresas o negocios la organización y administración es primordial para su correcto desenvolvimiento, ya que le permite estructurar el trabajo en las diferentes áreas, simplificarlo y principalmente maximizar los recursos con el objetivo de cumplir con la planificación, el orden y el liderazgo dirigido al éxito de la administración empresarial, buscando la maximización de su valor.

Con la finalidad de llevar a la práctica los principios propuestos por Fayol, es importante considerar proyectar un plan de acción, utilizando organigramas para su correcta planificación, a través de los cuales se puede esquematizar de mejor manera las relaciones jerárquicas, reflejando claramente las diferentes unidades que rigen y son pilares de la empresa o negocio. Es necesario poseer una dirección empresarial eficiente, con la finalidad de orientar al cumplimiento de los objetivos y crear entendimiento de cada uno de los procesos que rigen a la empresa para maximizar el potencial del negocio, a través de una alta producción de ingresos.

El fayolismo resulta de gran importancia al momento de optimizar el trabajo, interactuando con los trabajadores, especialmente buscando el beneficio y satisfacción de todos los miembros que conforman una organización al momento de la toma de decisiones buscando obtener una estructura administrativa idónea que maximice el valor del conjunto empresarial, por lo cual los catorce principios de Fayol son herramientas útiles en la actualidad para el desarrollo de métodos de dirección más actuales e innovadores.

El fayolismo representa una doctrina compuesta por lineamientos organizativos y gerenciales para la dirección del personal involucrado en las labores empresariales. En esta corriente el énfasis se hace en la estructura que debe tener una organización para lograr la eficiencia. El propósito de esta reflexión es el análisis de la vigencia de la teoría de Fayol en la organización contemporánea. El planteamiento de Fayol ha generado controversia hoy ante los enfoques y situaciones actuales (Espinoza, 2009, p.53).

Fayol parte de la estructura organizacional para conseguir la eficiencia, construyendo un enfoque sintético y universal a través del cual se especifican de manera clara y concisa las operaciones y funciones que los trabajadores deben cumplir dentro de la organización. Esta corriente requiere de varios elementos y principios a través de los cuales se busca el fortalecimiento de la organización y consecuentemente su funcionamiento, enfatizando en esquemas lógicos y preestablecidos con anterioridad.

La teoría administrativa propuesta por Henry Fayol depende del funcionamiento de las organizaciones públicas y privadas dentro de las economías de los países, con la finalidad de que las mismas logren sobrevivir y desarrollarse dentro del mercado nacional e internacional, buscando el progreso y bienestar de la sociedad en general, para la cual las mismas proporcionan fuentes de trabajo y diferentes productos y servicios para satisfacer las necesidades y enfrentar los grandes desafíos del mundo actual.

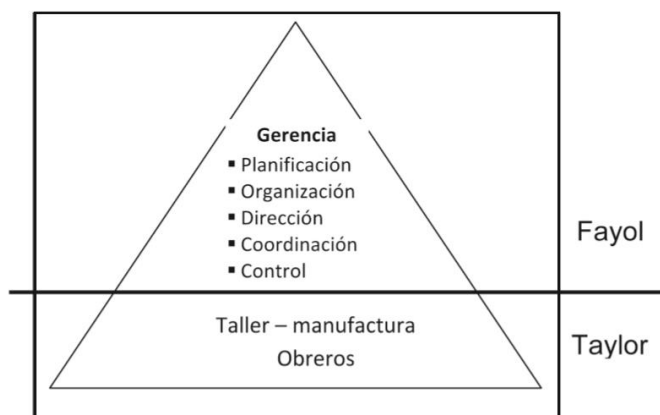


Figura 12. Pirámide organizacional

Fuente: (Espinoza, R., 2009)

Cada organización requiere tomar decisiones, coordinar múltiples actividades, dirigir personas, evaluar el desempeño, conseguir y asignar diferentes recursos, y otras. Se observa, entonces, que la administración debe cumplir una serie de responsabilidades que le exigirán, en un entorno cambiante, mayores conocimientos y adoptar posiciones y enfoques nuevos, de acuerdo a las diversas situaciones (Espinoza, 2009, p.57).

Esta corriente busca exclusivamente la organización formal dentro de las organizaciones a través de la división del trabajo fundamentada en la departamentalización y la especialización, con la finalidad de garantizar la armonía de trabajo y consecuentemente incrementar los niveles de eficiencia de la organización.

Buscando elevar el grado de eficiencia y control efectivo del desarrollo de las organizaciones como respuesta a una sociedad más moderna después de los postulados de Fayol aparece Max Weber que considera a la burocracia como la forma racional y eficiente a través de la cual se podían regir las organizaciones como una herramienta efectiva para la correcta administración.

El modelo burocrático resulta ser un modelo normativo que enfatiza la estructura organizacional y cuyas funciones son de especialización, estructuración, predicción, estabilidad, racionalidad y democracia. A su vez, establece rigidez, impersonalidad, desplazamiento de objetivos organizacionales, limitaciones por la categorización, se hace auto perpetúale y da origen a la formación de grupos cerrados (Medina y Avila, 2002, p.265).

El análisis de Weber sobre la burocracia establece que las organizaciones deben ser dirigidas por profesionales especializados en su campo con la finalidad de que la toma de decisiones sea acorde a sus experiencias y en bienestar de la organización, por lo cual surge que las decisiones se dirijan al cumplimiento de los objetivos de la colectividad permitiendo mejorar la administración y organización de la sociedad.

Weber otorga una atención especial a las vías por las que la burocracia moderna ha evolucionado progresivamente ya sea en sus métodos, ya sea en sus valores. Se han transformado los obstáculos en beneficio del desarrollo económico, social y la estabilidad política en oposición a las sociedades tradicionales supuestamente poco profesionalizadas y a la sistematización reducida de las prácticas (Ortiz, 2012, p.22).

El modelo weberiano mediante su forma de organización burocrática ha sido conocido como una teoría de desconfianza, donde la falta de responsabilidad y preocupación ha sido de manera permanente, por no conseguir la completa realización de las tareas y no alcanzar los objetivos de la organización, evidenciando una falta de flexibilidad para reaccionar ante las transformaciones, también existe la presencia de la baja de rendimiento y consecuentemente el aumento del tiempo de trabajo generando así la degradación del clima organizacional por la presencia de conflictos.

Gracias a los constantes cambios y avances que ha sufrido el mundo, la administración ha tomado un gran giro cada vez de acuerdo a la época y la realidad económica que se enfrentaba; sin

embargo, se debe tomar en cuenta los varios enfoques administrativos que han servido para el desarrollo de los sistemas económicos principalmente.

Siguiendo la lógica taylorista, en un inicio los investigadores pretendían establecer la relación entre las condiciones de trabajo y la productividad, siendo la hipótesis fundamental de la experiencia que la mejora de las condiciones de trabajo traería consigo una mejora de la productividad. Se obtuvieron resultados contradictorios, concluyéndose que las variaciones de la productividad se debían a factores diferentes de las variaciones en las condiciones de trabajo (Medina y Avila, 2002, p.266).

Estas contradicciones tuvieron una gran reacción en Elton Mayo, generando que ambas experiencias creen factores no controlados y se establezcan métodos más personalizados y abiertos en busca del incremento de los índices de productividad, quién considera que las necesidades humanas se deben estructurar jerárquicamente.



Figura 13. Pirámide de Maslow

Fuente: (Medina y Avila, 2002)

El enfoque humanístico promueve una verdadera revolución conceptual en la teoría administrativa: si antes el énfasis se hacía en la tarea (por parte de la administración científica) y en la estructura organizacional (por parte de la teoría clásica de la administración), ahora se hace en las personas que trabajan o participan en las organizaciones. En el enfoque humanístico, la preocupación por la máquina y el método de trabajo, por la organización formal y los principios de administración aplicables a los aspectos organizacionales ceden la prioridad a la preocupación por el hombre y su grupo social: de los aspectos técnicos y formales se pasa a los aspectos psicológicos y sociológicos (Castañeda, 2012, p.47).

En el Ecuador el efecto de las teorías administrativas propuestas por varios autores se ha constituido a través del conjunto de varios elementos humanos, tecnológicos, económicos y sociales; los cuales conforman parte de la fuerza de arranque del sistema económico del país especialmente; con la finalidad de transformar los elementos de entrada en productos finales, con la finalidad de incursionar en nuevos mercados para generar niveles de competitividad mucho más significativos.

El desarrollo administrativo en el Ecuador no busca adaptarse en forma exclusiva a las estructuras y procedimientos administrativos al cambio, sino por el contrario hacer que su esquema de administración se promueva y rijan el cambio en beneficio del país y su pueblo, para lo cual se ha establecido a través de la estrategia de la eficiencia, aunque ha tomado como referencia la burocracia, pero únicamente para dar solidez y permanencia de los procesos durante los últimos cinco años.

La administración de hoy es multifinalista y sus fines muy complejos; ya no se encuentra integrada por conjuntos de actividades, sino por conjuntos de sistemas; está regida por un medio ambiente no sólo de índole nacional sino también internacional; los recursos que maneja son

voluminosos y delicados; el número de sus servidores es apreciable; ha incorporado tecnologías nuevas y sofisticadas; las regulaciones que la rigen son incontables e intrincadas; en fin es un sistema cuyo comportamiento es impredecible, pero que debe responder cada día a exigencias mayores; todo lo cual prueba la conveniencia de examinar nuevas formas para su tratamiento (Rodríguez, 2015, p.46).

TEORÍA DE COMERCIO

Smith sostenía que, con el libre comercio, cada país podría especializarse en la producción de aquellos bienes en los cuales tuviera una ventaja absoluta (o que pudiera producir de manera más eficiente que otros países) e importar aquellos otros en los que tuviera una desventaja absoluta (o que produjera de manera menos eficiente). Esta especialización internacional (o división internacional del trabajo) conduciría a un incremento de la producción mundial, el cual sería compartido por los países participantes en el comercio (González, 2011, p.103).

Los diferentes países se sustentan a través de la comercialización de diferentes bienes y servicios, es por ello que la utilización de sus recursos naturales es de gran importancia considerando de igual manera su distribución geográfica. La teoría del comercio internacional pone énfasis en aquellos factores en los cuales un país puede especializarse para poder exportarlos, considerando que los mismos deben tener un factor diferenciador ante los ya posicionados en el mercado con la finalidad de generar una ventaja competitiva, es por ello que se debe realizar una asignación adecuada y eficiente de los recursos, para obtener beneficios en el comercio.

Una característica definitoria de los recursos naturales no renovables es su disponibilidad finita, y el hecho de que la extracción y el consumo hoy alteran irreversiblemente las posibilidades de extracción y consumo de las generaciones futuras. El modelo tradicional del comercio analizado

supra no aborda directamente este problema de agotabilidad y las compensaciones intertemporales que entraña. Para entender la forma en que el comercio afecta a la explotación de recursos naturales no renovables, es preciso adoptar un enfoque dinámico que tenga en cuenta la evolución con el tiempo de la disponibilidad de un recurso finito (World Trade Organization - WTO, 2010).

La referencia más utilizada dentro del comercio internacional son las diferencias tecnológicas, económicas, administrativas, políticas y sociales que provocan diferencias en las productividades del trabajo que se desarrolla generalmente a dotaciones factoriales. En un contexto competitivo, generalmente el precio suele ser considerado como un costo marginal de producción, sin embargo, al tener un precio más alto se considera que el costo de oportunidad que está generando es mayor, tomando en cuenta que si no considerara este costo los beneficios actuales se obtendrían en base a los beneficios pronosticados o proyectados, disminuyendo sus niveles de competitividad.

La teoría de comercio internacional gira en sus inicios alrededor de la ventaja absoluta, teoría planteada por Adam Smith, donde destaca que para que se incremente la riqueza de las naciones la importancia de conseguir un libre comercio es principal, siendo así la ventaja absoluta como la capacidad de poder producir un producto o brindar un servicio a un costo menor. Sin embargo, es necesario generar una ventaja competitiva frente a la competencia para poder permanecer dentro de un mercado.

Una de las bases de cualquier teoría de comercio internacional, ya expuesta por David Ricardo, es que la competitividad se determina por las relaciones en que diferentes bienes pueden ser intercambiados en un país respecto al mercado internacional. Por ello las ventajas comparativas, más que las ventajas absolutas hacen al comercio internacional atractivo para todos los países, y ellos determinan que productos serán importados y cuáles serán exportados. No obstante, es

necesario tener presente que, en el hecho, los flujos de comercio internacional son determinados directamente por diferencias absolutas en precios monetarios, y no por diferencias comparativas en costos de factores (Lavados, 2012).

El comercio internacional da lugar a que aparezcan y se desarrollen los mercados mundiales y consecuentemente la dependencia para con las formas y fuentes de producir, con la finalidad de competir en el mundo, presentando una ventaja comparativa, considerando que esta ventaja sustenta todas las teorías de comercio internacional y en general la dinámica del mundo, así como se convierte en la base a través de las cuales se establecen las políticas y lineamientos por medio de los cuales se pretende regular las relaciones comerciales entre los países participantes.

Las diferentes teorías de comercio internacional intentan dar respuesta a una serie de interrogantes relacionados con la dinámica y causas del comercio internacional, así como el volumen de los diferentes flujos, la dirección de estos, qué factores afectan los precios internacionales de los bienes comerciados, cómo afecta el comercio inter-países a las economías nacionales y de qué manera afecta la política económica al comercio internacional (De la Hoz, 2013, p.21).

Los distintos y continuos cambios en las necesidades de los seres humanos han provocado una gran diversidad en cuanto a gustos y preferencias por parte de los consumidores, las mismas que les permiten a las diferentes empresas o negocios comercializar una gran variedad de bienes y servicios de acuerdo a las necesidades y preferencias de los consumidores y así realizar las importaciones y exportaciones. El comercio internacional genera la posibilidad de que un país pueda incursionar en una economía de escala, ahorrando costes con la finalidad de producir mayores cantidades en períodos de tiempo más cortos; generando así el just intime.

Los aportes de las teorías de ventaja absoluta y ventaja comparativa fueron invaluable para el desarrollo del comercio internacional. Los dos autores demostraron que las naciones pueden acceder a una amplia variedad de productos si se eliminan las restricciones comerciales. Además, que la producción potencial del mundo va a ser mayor con libre comercio que con un comercio limitado (De la Hoz, 2013, p.28).

Es importante considerar que el país que posee el coste de oportunidad más bajo en un bien genera una ventaja comparativa en dicho bien, sin embargo genera a la vez una desventaja comparativa frente a otro bien; para lo cual es fundamental tomar en cuenta los costes de oportunidad a través de la frontera de posibilidades de producción, ya que muestra diferentes alternativas de bienes que se pueden producir utilizando las diferentes herramientas que posee un país; midiendo los precios relativos de un bien que se va a producir frente a otro, con la finalidad de obtener los mejores resultados.

Generalmente las teorías de ventaja absoluta y relativa se sustentaban únicamente en la mano de obra en cuestiones de tiempo y costo a generar, ya que era considerado el único factor de producción durante el apareamiento de dichas teorías, lo cual generaba altos costos con los cuales se dificultaba la entrada de un país a otro territorio con la finalidad de competir.

Ahora bien, la teoría ricardiana suponía unos costos marginales constantes, lo que llevaría a la conclusión de que cada país maximizaría sus ganancias especializándose totalmente en la producción del bien que tiene la ventaja competitiva. Sin embargo, en el mundo real no se constata una especialización total de los países. Es más posible que un país se enfrente a costes de oportunidad crecientes al producir más unidades de un bien. Por ello, los economistas posteriores abandonaron el supuesto de los costos constantes de David Ricardo remplazándolo por un supuesto más realista: los costes marginales crecientes, es decir, cuando una industria se expande a costa de

otras debe renunciar a cantidades crecientes de otros productos para obtener una unidad adicional del producto que se está expandiendo (González, 2011, p.106).

Consecuentemente el modelo de comercio internacional pone menos énfasis principalmente en el proceso de innovación, el desconocimiento e incertidumbre en los factores que influyen y las reacciones de las economías de escala; para enfocarse en los factores diferenciadores de sus productos, la publicidad y la competencia imperfecta.

Se plantea que un país gana con el comercio, incluso si se tiene menor productividad que sus socios comerciales en todas las industrias. Pero probablemente esta creencia no es tan falsa si pensamos que han existido países (como Japón, por ejemplo) que en un principio no contaban con los suficientes recursos naturales para tener una productividad superior en todas las industrias a comparación de sus socios comerciales, sin embargo, sí han obtenido ganancias del comercio exterior. Y estas ganancias han sido obtenidas más por el ingenio para producir que por tener una mayor productividad ante los países con los que comercia (Lavados, 2012).

Siendo así, es importante considerar que la idea de conseguir incrementar sus niveles de competitividad dentro de un mercado extranjero consecuentemente estaría incrementando sus niveles de productividad. Se debe considerar que el nacimiento del comercio internacional trae como consecuente una alternativa de crecimiento y desarrollo, aprovechando cada una de las oportunidades que se generan dentro del mundo y del mercado, ya que los gobiernos han implantado diferentes acuerdos que benefician, fortalecen e incentivan a que los países realicen comercio internacional.

Así como la especialización dentro de una empresa o un país aumenta la eficiencia y el nivel de ingreso real, por las mismas razones la especialización internacional aumenta la eficiencia y la producción de la economía mundial. El principal motivo de las exportaciones es el de hacer frente

al pago de las importaciones, pues estas son el fin del comercio internacional y aquellos son el medio. El exportar implica un costo social, ya que se sacrifica una parte de la producción destinada al consumo doméstico, al retraerla del mercado. Por lo tanto, habrá que considerar si el sacrificio (exportaciones) es compensado con lo que se recibe a cambio (importaciones). El costo social de las importaciones equivale a las exportaciones necesarias para pagarlas, y el costo de éstas es igual sacrificio de los bienes y servicios para consumo interno (González, 2011).

El comercio internacional, beneficia a que un determinado país puede comprar de varios productos que no puede producir o elaborar, u se produce en cantidades menores e insuficientes, o se debe considerar el hecho de que tal vez se las pueda producir, pero importarlas les genera un menor costo y de esta manera contribuye a buscar nuevos horizontes a través de los cuales pueda obtener mejores rendimientos. Además, gracias a las relaciones que se producen por la realización del intercambio mayor será el beneficio para cada país, por lo tanto, se debe considerar que los beneficios se distribuyen conforme a la intensidad y elasticidad de la demanda.

En un sistema de comercio absolutamente libre, cada país invertirá naturalmente su capital y su trabajo en los empleos más beneficiosos. Esta persecución del provecho individual está admirablemente relacionada con el bienestar universal. Distribuye el trabajo en la forma más efectiva y económica posible al estimular la industria, recompensar el ingenio y al hacer más eficaz el empleo de las aptitudes peculiares con que lo ha dotado la naturaleza; al incrementar la masa general de la producción, difunde el beneficio por todas las naciones uniéndolas con un mismo lazo de interés e intercambio común (Godinez, 2013).

Dentro de la economía de un país el comercio internacional ha sido considerado como uno de los sistemas con mayor participación dentro del desarrollo de las economías, ya que por el intercambio de bienes y servicios que se produce entre países, los países son capaces de adquirir

aquellos productos que producirlos internamente generarían grandes costos. Por otro lado, considera al comercio internacional, es una oportunidad del ingreso de mejores herramientas tecnológicas, ya que por medio de este intercambio el ingreso de maquinaria, equipos tecnológicos o por el ingreso de conocimientos, les permitan mejorar a estos países sus técnicas y métodos de producción con la finalidad de así poder mejorar sus niveles de calidad y productividad.

En los últimos años el Ecuador ha brindado mayor interés al comercio internacional para generar un mayor crecimiento económico para el país, aunque han existido diversas contradicciones ante la idea de que una mayor apertura para el comercio internacional incrementará los índices de pobreza y desigualdad económica en la población ecuatoriana, sin embargo existe el otro lado que asevera que establecer tratados de libre comercio y abrir las economías permitirá incrementar el intercambio de bienes y servicios entre países, generando mayor utilidad.

Es importante que el comercio internacional no sea visto únicamente como el intercambio de bienes y servicios entre un país y otro o como una fuente de ingresos para el gobierno; sino que su importancia se evidencia en la transferencia de tecnologías, y conocimientos lo cual permitirá mejorar sus niveles de producción, no solamente para el comercio internacional sino para el consumo interno de la población. Por lo que esta transferencia de tecnología desde los países industrializados o de primer mundo hacía los países en vías de desarrollo, permitiendo incrementar los niveles de productividad y competitividad.

En cuanto al Ecuador, los graves problemas económicos y sociales se derivan de las tradicionales estructuras de crecimiento (primario-exportador), de las estructuras del poder y funcionamiento de la economía nacional, son el resultado de la acumulación de malas decisiones administrativas principalmente, durante los últimos años apenas ha incrementado el rubro de las exportaciones y poco ha cambiado el patrón de los productos exportados, aunque el gobierno ha

tratado de mantener saludable la balanza comercial restringiendo las importaciones, para además impulsar y fortalecer la industria nacional, lo cierto es que el país aún no ha empezado a diversificar su matriz productiva, aún la falta conocimiento (know how) para transformar las materias primas en productos con valor agregado, el camino ya ha empezado con el mejoramiento de la educación superior pero apenas es el comienzo, y del éxito del cambio en la matriz productiva del país dependerá el progresivo desarrollo del Ecuador (Larrea, 2017).

Las economías pequeñas deben dar importancia principalmente a las ventajas comparativas dinámicas y no a las ventajas absolutas, ya que el país debe especializarse en desarrollar y conseguir una producción innovadora con mayor valor agregado, con el objeto de dejar de lado aquellas ideas de únicamente exportar, debido a que se ha logrado que el país se torne parcialmente conformista y no se dé importancia al desarrollo tecnológico e industrial; debido a ello las nuevas teorías de comercio internacional buscan dejar el proteccionismo, pero considerando competir en igualdad de condiciones, apoyando a aquellas actividad complementarias que impulsan e incentivan el desarrollo productivo.

Lograr incrementar el comercio internacional en el Ecuador es un avance significativo para el sistema económico, sin embargo es necesario establecer lineamientos que permitan generar un crecimiento equilibrado y sostenible para beneficio de todos los ecuatorianos; para lo cual es importante no solamente seguir dependiendo de un solo producto, debido a que las fluctuaciones que puede sufrir el precio de ese producto en el mercado extranjero genera grandes vulnerabilidades a incursionar en una crisis económica. Sin embargo, el rol del comercio internacional en la economía ecuatoriana ha sido significativa, debido a que el Ecuador actualmente recibe no únicamente productos, sino tecnología y conocimientos lo que le ha permitido incrementar los niveles de productividad.

TEORÍA DE PRECIOS

La fijación de precios abarca al menos tres disciplinas cuya interacción proporciona las herramientas básicas para una eficiente fijación de precios: la teoría económica, desde el punto de vista de la formación de precios en los mercados con énfasis en la oferta y la demanda, puntos de equilibrio y maximizaciones; la teoría financiera, que requiere fijar precio para proyectar ingresos y calcular márgenes de rentabilidad, entre otros, y el marketing como componente principal del mix para formular planes de mercadeo e interactuar con las demás áreas de la empresa (Cadena, 2011, p.63).

Los planteamientos teóricos enfocados en la fijación de precios nacen principalmente con Adam Smith, debido que los aportes realizados a la economía sustentan la fijación y establecimiento de los precios a través del análisis de los costos con la finalidad de generar una mayor utilidad y contribuir a los objetivos de maximización de los ingresos y buscar alcanzar el beneficio de todos.

En función de la teoría económica los precios actúan como la mano invisible, debido a que dirige los recursos únicamente a las actividades que generan valor, es decir, la fijación de los precios permite a las empresas determinar el valor de sus recursos y a través de ello orientar la toma de decisiones eficiente direccionadas a la maximización de las utilidades.

El precio de un producto se ve relacionado muchas cosas, desde el tiempo que el consumidor emplea en adquirirlo (si tiene que ir muy lejos y perder una tarde, puede que no le compense pagar un poco menos), hasta el servicio que recibe (prefiere pagar más por una mejor atención). En definitiva, de lo que se trata es de lograr la máxima satisfacción del cliente y la de la empresa, para lo que ambas partes deben llegar a un acuerdo sobre el precio. Es evidente que el precio es el único elemento que, objetivamente, proporciona ingresos a la empresa. Pero el precio solo no vende el

producto, necesita de otras herramientas para conseguir que ese producto sea el más atractivo, deseado y, finalmente, comprado de todo el mercado (Pérez y Pérez, 2016).

Es importante considerar que dentro de la teoría de precios el costo principal que se obtenía en la elaboración y producción de un producto era el trabajo, debido que era considerada el factor más importante para poder desarrollarlo; sin embargo, se desarrolla la definición de precio relativo con la finalidad de poder determinar cuántas unidades hay que producir de un bien a cambio de otro, considerando que el recurso humano es totalmente necesario. Es así que el precio de ese bien o servicio se mantendría igual, tomando en cuenta que, si cambia el uso de la tecnología en la producción, con la finalidad de mejorar el producto, el precio relativo también cambiará.

Dentro del estudio de mercado, analizando la perspectiva de la competencia se identifican varios vectores a través de la oferta y la demanda, lo que contribuye a que las empresas apliquen una política de precio adecuado, con el fin de mantenerse en el mercado y poder competir; considerando una posible elevación moderada de precios en tiempo, sin que esta afecte su posicionamiento de mercado.

En la actualidad existen dos diferentes teorías de los precios, sin el mismo grado de desarrollo: la teoría neoclásica del equilibrio general y la teoría clásica de los precios de producción. La primera es mucho más avanzada y es el enfoque dominante aceptado por la mayoría de los economistas. Pese a sus grandes diferencias, ambas teorías coinciden en un aspecto esencial: dejan de lado la moneda, lo que plantea el problema de su integración en la teoría del valor (Klimovsky, 2015, p.80).

La teoría de los precios refleja la parte principal y fundamental de la teoría económica, debido a que el precio es el concepto central que rige principalmente el movimiento en un mercado, a consecuencia de las varias fluctuaciones económicas que dinamizan el crecimiento o decrecimiento

de las economías a nivel mundial; consecuentemente a lo largo de los tiempos los economistas tratan de equilibrar las decisiones económicas, para obtener una economía equilibrada y no se vea afectada por fuerzas endógenas capaces de modificarla. Las diferentes teorías de los precios materializan la idea de estabilización y equilibrio de diferentes maneras, dependiendo de su situación económica, política y social; y más que todo desenvolvimiento y fluctuaciones de las economías.

La teoría clásica de los precios de producción define el equilibrio como un sistema de precios positivos y de asignaciones de mercancías correspondientes a los medios de producción de las diversas ramas, que constituyen un dato técnico, tales que se verifica la uniformidad de la tasa de ganancia y el proceso productivo puede reproducirse; se restablecen las condiciones de producción. En cambio, la teoría neoclásica del equilibrio general define el equilibrio como un sistema de precios no negativos, asignaciones de consumo que maximizan la función de utilidad de cada agente bajo su restricción presupuestaria, y asignaciones de producción que maximizan la ganancia de cada empresa bajo la restricción de la técnica, tales que la demanda agregada de cada bien no excede a su disponibilidad, la cual resulta de sumar la cantidad inicial del mismo y su producción neta (Klimovsky, 2015, p.81).

Una sociedad descentralizada, no únicamente se fundamenta en un sistema de precios de equilibrio, sino de comprobar mediante la aplicación de estrategias alcanzar una economía parcialmente equilibrada, para lo cual es necesario identificar que la sociedad alcance a establecer un sistema de precios que garantice la compatibilidad de la toma de decisiones entre los diferentes sectores que conforman la economía de un país, así poder generar un sistema de precios de equilibrio.

En este marco, el intercambio a los precios de equilibrio sólo reasigna eficientemente los recursos disponibles. El mercado se presenta como un proceso neutro que permite el logro de la eficiencia. La asignación de equilibrio es eficiente en el siguiente sentido: ningún agente puede mejorar su posición sin que empeore la de algún otro. De esta forma, los precios de equilibrio están íntimamente relacionados con la idea de eficiencia, la cual no implica ningún criterio de justicia (Klimovsky, 2015, p.84).

El enfoque neoclásico se fundamenta en una sociedad capitalista, donde la actividad económica surge de las actividades que realiza cada individuo, las mismas que se encuentran diferenciadas por sus necesidades y preferencias. También manifiesta que el mercado gira alrededor de la competencia perfecta, la misma que se encuentra conformada por diversos agentes que no influye en el establecimiento de precios, a través de los cuales se distinguen dos tipos, los productores y los consumidores que forman parte principal de la dinámica del mercado, y mediante los cuales se establecen bases para analizar una economía de intercambio puro.

Por otro, lado los precios de los bienes y servicios, se determina a través del establecimiento de un principio único, el mismo que asegura el equilibrio de los mercados y consecuentemente de sus agentes; además se crea un sistema centralizado de transacciones e intercambios, con la finalidad de desarrollar las economías. El principio único establece a la oferta y a la demanda como fuerzas simétricas, a partir de las cuales de las cuales va a girar el desarrollo de la economía.

La economía también describe cómo se determinan los precios. En una economía basada en un sistema de planificación central, los precios son fijados por el Estado. En una economía de mercado, los precios son fruto de las interacciones de los consumidores, los trabajadores y las empresas. Estas interacciones ocurren en los mercados, que son el conjunto de compradores y vendedores que determinan conjuntamente el precio de un bien (Tapia, 2015).

Las actividades generadas por los agentes que conforman el mercado, se fundamenta en el criterio general de racionalidad instrumental, el mismo que se establece bajo el lineamiento de maximizar su función bajo el precepto de la existencia de una restricción; es decir, la función de utilidad está ligada a la restricción de presupuesto, para los consumidores; y de la ganancia bajo el condicional de la técnica, para el caso de los productores; razón por la cual se hace imperativo y eficiente apoyarse en el equilibrio, con la finalidad de obtener la maximización de las utilidades sobre el punto óptimo.

A diferencia de la teoría de los precios de producción en la cual las mercancías sólo se diferencian por sus cualidades físicas, en la teoría del equilibrio general, también pueden distinguirse por la fecha y el lugar en que se puede disponer de ellas, y por los acontecimientos que condicionan su entrega. Otra distinción importante entre ambas teorías de los precios es que, en la teoría del equilibrio general, los sistemas con productos conjuntos no presentan características distintas de los que sólo incluyen productos simples, como es el caso en la teoría de los precios de producción (Klimovsky, 2015, p.85).

Es importante considerar que un mercado perfectamente competitivo, generalmente solo existe un precio y es el precio del mercado, por el cual están regidos; mientras que los mercados que no son perfectamente competitivos, cada agente puede cobrar un precio distinto o diferente por el mismo producto, ya que el objetivo es atraer clientes de la competencia y convertirlos en clientes leales de una marca distinta, lo cual permite que varios agentes puedan cobrar precios más altos que otros.

Los precios de mercado de la mayoría de los bienes fluctúan con el paso del tiempo y las fluctuaciones pueden ser rápidas en el caso de muchos de ellos, sobre todo en el de los que venden en mercados competitivos. Por ejemplo, la bolsa de valores es extraordinariamente competitiva, ya

que normalmente las acciones de cualquier empresa tienen muchos compradores y vendedores (Tapia, 2015).

Es importante considerar que los precios se pueden establecer por encima del costo total el cual es generado para producirlos, con la finalidad de obtener la utilidad deseada, por lo cual el criterio de costo incrementada la utilidad, da como resultado el precio de venta del producto o servicio que va a ser ofertado en el mercado, por lo cual el precio de venta de una unidad refleja el costo unitario de la misma, pero con la diferencia de que cubre los márgenes de utilidad proyectada. Sin embargo, para establecer el precio en base al costo más utilidad generará cambios en los procesos de fabricación, ya que los mismos tendrán la tendencia de aumentar o disminuir, conforme las fluctuaciones del mercado se presenten.

Los precios se pueden basar en el balance entre las estimaciones de la demanda del mercado y los costos de producción y mercadotecnia. Otro de los métodos importantes para el establecimiento de precios es el de la balanza entre oferta y demanda, con costos unitarios para poder determinar el mejor precio por unidad, con el fin de maximizar las utilidades. Las empresas que no tienen la maximización de utilidades como su meta de precios deben conocer este método, que posiblemente pueden utilizar para establecer sus listas de precios básicos. Si el precio debe ser fijado mediante el balance de la oferta y la demanda, quien establezca el precio debe conocer los conceptos de ingresos marginales, adicionales a aquellos de costos promedios y marginales (Bolaños y Tobón, 2010).

Los precios también pueden ser fijados o establecidos basado en la competencia del mercado, ya que el otro extremo del establecimiento de los precios únicamente basados en costo más utilidad no genera una relación de ser competitivo en el mercado; por lo que el precio debe estar fijado

directamente para enfrentar a la competencia y poder generar competitividad en el mercado, incrementando sus niveles de productividad e incursionándose en una economía de escala.

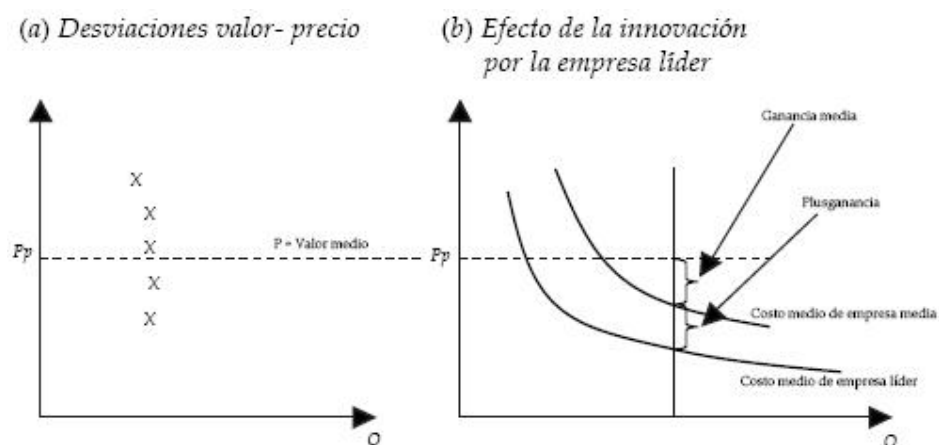


Figura 14. Desviaciones valor - precio y efecto de la innovación

Fuente: (Vargas, G., 2010)

Las diferencias estructurales entre los costos para la determinación del precio frente a la competencia, son resultados de la aplicación de estrategias competitivas; ya que un precio de producción medio junto con su costo medio, puede convertirse en una oportunidad para introducir ideas innovadoras a su economía, tomando en cuenta que las condiciones de introducción mejorarían, obteniendo un plus a su ganancia, generando así oportunidades para que la economía que aplique esta teoría incursione en nuevos mercados a través de un proceso de expansión.

Los precios de producción pueden cambiar por: a) cambios en la tasa general de ganancia; b) por un cambio en el valor relacionado con su esfera particular de valor, ya sea por modificaciones técnicas, o por un cambio en el valor de las mercancías que entran en su capital constante; c) mediante la reacción conjunta de las dos primeras (Vargas, 2010).

Considerando que los cambios en los precios únicamente se pueden expresar a través de los cambios reales que se producen en el valor y el trabajo que se le asigna a la fabricación de cada producto, tomando en cuenta que la oferta y la demanda en el mercado pueden modificar estos valores dentro de un corto plazo. Es por ello que los precios están determinados por el juego entre la competencia y el efecto que está genera sobre la aplicación de un margen de ganancia o utilidad; por lo cual generalmente el mercado es aquel ente que determina los precios de alguna manera.

Dentro de una economía la fijación de los precios puede estar ajustada al nivel competitivo de la economía, por lo cual es muy probable que los negocios establezcan sus políticas de precios a través del mercado tomando en cuenta el nivel competitivo.

Al conocer la variación de precios es posible aislar el efecto inflacionario de aquellas variables expresadas en unidades monetarias “corrientes,” de tal manera que se pueda apreciar los cambios reales (en cantidad y volumen) ocurridos en un período de tiempo determinado. En el Ecuador la inflación se origina en el alza persistente y generalizada de los precios debido a problemas básicos y a las características estructurales del sistema económico.

En el sistema ecuatoriano los precios de los bienes y servicios que se ofertan en el mercado son estructurados en los costos totales, considerando la mano de obra y el margen de ganancia especialmente, sin embargo, es importante tomar en cuenta que en países en vías de desarrollo oferentes de materias primas y productos primarios, los precios suelen ser más susceptibles al desarrollo del mercado extranjero, ya que dependen fundamentalmente del intercambio para incrementar sus niveles de competitividad y productividad.

Las pretensiones de justicia, seguridad y libertad se establecen como funciones del Estado ecuatoriano pero no únicamente dentro del ámbito económico; por otro lado también se considera el progreso y bienestar social; para lo cual el país ha establecido lineamientos en su política de

precios, especialmente para nuevos negocios que incursionan en el mercado, estos lineamientos se encuentran dirigidos hacia desarrollo económico y social, es por ello que la política de precios es el objetivo principal para conseguir un crecimiento económico sin que afecte a los nuevos emprendedores principalmente.

Se puede concluir que los objetivos de la política monetaria del país son: conseguir un desarrollo económico y social armónico, sostenible y equilibrado, procurando una distribución equitativa del ingreso; mantener la ocupación plena de la población económicamente activa; utilizar y conservar adecuadamente los recursos del país; y, los objetivos de seguridad social, libertad y justicia, si bien no se los considera dentro de la esfera específica de la economía, son esenciales para que se cumplan los tres primeramente enunciados (Benalcázar, 2016, p.57).

Es importante tomar en cuenta que durante los últimos años en el Ecuador el precio referencial para los productores o nuevos emprendedores resulta de la aplicación de la relación entre los precios históricos previamente estipulados bajo una normativa, en cada uno del mercado, ya que los precios no pueden encontrarse sobre los márgenes referenciales.

TEORÍA DE LA PRODUCCIÓN

La producción es el proceso de creación de los bienes y servicios que la población puede adquirir para consumirlos y satisfacer sus necesidades. El proceso de producción se lleva a cabo en las empresas, las cuales se encuentran integradas en ramas productivas y éstas en sectores económicos. La empresa utiliza recursos productivos para realizar el proceso de producción, estos recursos son considerados insumos que se transforman, con el objeto de producir bienes y servicios. La teoría de la producción, a través de la función de producción, nos permite analizar las diversas formas en

que los empresarios pueden combinar sus recursos o insumos para producir bienes o servicios, de tal forma que le resulte económicamente conveniente (Díaz, 2011).

El proceso de producción se puede definir específicamente como la función de producción, la cual indica la relación que existe entre la cantidad máxima que se puede producir, utilizando una determinada cantidad de recursos durante un tiempo determinado. Para lo cual es importante considerar la relación que existe entre los recursos utilizados y el producto final durante el proceso productivo. La función de la producción en un corto plazo nos da como resultado una producción total, donde nos indica que la misma fue obtenida a través de la utilización de diferentes cantidades de recursos e insumos.

La función de la producción se evidencia a través de una ecuación matemática, la misma que mantiene la relación entre la cantidad máxima de un determinado producto que se puede producir por una unidad de tiempo, utilizando diversas alternativas de recursos o insumos posibles, siempre buscando mejorar el procesos productivo con la finalidad de obtener mejores resultados, considerando que el objetivo principal de una empresa o negocio es la maximización de sus beneficios, es decir, la diferencia que existe entre los ingresos obtenidos de las ventas y los costes totales de los factores de producción utilizados en el proceso productivo; ya que la producción es considerado un proceso a través del cual se transforman los factores productivos, para obtener un producto final.

Toda sociedad tiene que organizar de algún modo el proceso productivo para resolver adecuadamente los problemas económicos fundamentales. Pero independientemente de la organización que se adopte, hay ciertos principios económicos universales que rigen el proceso productivo. La producción de bienes y servicios puede estar en manos del Estado, como en el sistema comunista; o en manos de la empresa privada, como en el sistema capitalista. Pero en

ambos casos la actividad productiva está condicionada por ciertas leyes o principios generales que tiene que tomar en consideración el empresario si desea lograr el uso más eficaz de los recursos económicos a su disposición; es decir, lograr la máxima producción con el máximo de economía, bajo cualquier tipo de organización socioeconómica (Mendoza, 2012).

Las posibilidades de la producción se desarrollan a partir de cuán eficiente sea la combinación de recursos o insumos con el factor trabajo, es decir, al hablar de trabajo no únicamente implica el talento humano, sino también el tecnológico. Hay que considerar que dentro de la producción el empleo del recurso humano puede darse a través de la utilización de una mano de obra intensiva, es decir, alto empleo del talento humano, o la utilización del capital, a través del empleo de medio tecnológicos, tomando en cuenta que los recursos de trabajo y capital son considerados fijos, sin embargo, las disponibilidades tecnológicas generalmente dependen del desarrollo tecnológico.

Los insumos son los materiales necesarios para producir algo, y estos se eligen en función al bien a producir. Cada insumo, sea de capital o de trabajo influye en la producción de un bien. Pero verificar como cada uno influye debe recurrirse a la metodología del *ceteris paribus*: debe congelarse la economía en el tiempo para prestar atención a las distintas alternativas de producción basadas en la disponibilidad de recursos y tecnología durante ese período (Díaz, 2011).

La teoría de la producción se fundamenta principalmente en que un determinado productor considera utilizar una serie de insumos en diferentes cantidades con el objetivo de minimizar sus costos totales de producción, para obtener un determinado producto y poder introducirlo en el mercado, es por ello que en la producción es posible establecer relaciones entre el producto y el costo que genera producirlo, lo cual sirve de base para el desarrollo y crecimiento de una empresa o un sistema económico.

Es importante considerar que los factores de producción son aquellos que, al combinarlos entre sí, bajo ciertos parámetros y restricciones, logran producir o elaborar un determinado producto; para lo cual se debe tomar en cuenta que los factores productivos suelen ser escasos en determinados momentos o situaciones dependiendo el desarrollo del mundo, y es imperativo considerarlos puesto que forman parte del valor que se le asigna al producto.

Los factores de producción son los diferentes recursos que una empresa o una persona utiliza para crear y producir bienes y servicios. Los factores clásicos son tres: la tierra, el trabajo y el capital; cada cual con sus respectivos ingresos: las rentas, los salarios y las ganancias. En la actualidad, también se puede considerar como factor de producción, la tecnología. Para que una empresa consiga sus objetivos tiene que combinar los factores de producción disponibles con el tiempo, la necesidad de crecimiento, la disponibilidad de mano de obra capacitada, las nuevas tecnologías y los precios de mercado vigentes (Cepeda, 2005).

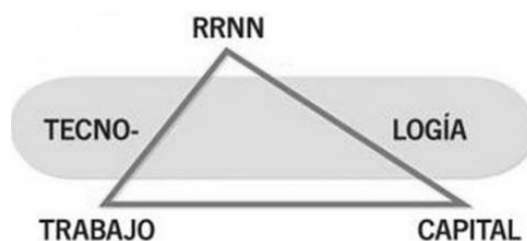


Figura 15. Factores de Producción

Fuente: (Dietze, R., 2016)

El principal objetivo de las empresas es maximizar sus utilidades o beneficios, a través de la producción de bienes y servicios a un costo relativamente bajo, con la finalidad de poder obtener mayores ganancias. Para lo cual es importante considerar los factores de producción con la finalidad de utilizarlos de manera eficiente para hacer crecer a la empresa.

El primer factor productivo que forma parte del proceso es el capital, puesto que es primordial para el crecimiento económico, ya que servirá para generar riqueza y elevar la calidad de vida dentro de un país, con la finalidad de mejorar el sistema económico del mismo llevándolo a una gran escala; es por ello que el capital se refiere a todos los insumos económicos que se han acumulado durante el pasar del tiempo, considerando de que el mismo pueda ganar o perder valor monetario considerando las fluctuaciones del mercado. Este factor puede generar algún tipo de expansión o valorización a partir de una inversión, lo cual posibilita la transformación de recursos en bienes de utilidad.

El trabajo por otro lado se refiere a todas aquellas capacidades intelectuales, humanas y físicas que poseen los empleados o trabajadores y son realmente necesarias para la producción de bienes y servicios, siempre y cuando busquen un fin productivo. Con el paso de los años y gracias al crecimiento económico y nuevas metodologías que se han aplicado dentro de las empresas y economías ha permitido la diversificación y especialización del trabajo humano, es por ello que este factor debe ser altamente diferenciado, debido a las economías modernas, ya que comprende una gran cantidad de actividades de distinta naturaleza, además dependiendo el sector se convierten en trabajos más complejos los cual requieren de una retribución mayor ya que provienen del intelecto.

La tierra comprende en cambio a todos los recursos naturales a través de los cuales se puede obtener varios productos, pero se debe considerar que su suministro es limitado, ya que la cantidad de tierra es finita; además el valor de esta depende principalmente de la disponibilidad, determinada por la oferta y la demanda del mercado. También es considerada como el área que se utiliza para la producción de los bienes y/o servicios. El factor tierra aumente su valor dependiendo de la

cercanía a los sectores urbanos, acceso a los diferentes medios de comunicación, plusvalía, disponibilidad de diferentes recursos, entre otros.

Finalmente la tecnología, es el último factor de producción que con el tiempo ha ido ganando mayor importancia, debido al conjunto de elementos y procesos que permiten aprovechar los recursos al momento de la producción, ya que con el constante crecimiento tecnológico las empresas han podido mejorar sus procesos productivos e incrementando sus niveles de producción de manera más eficiente, ya que combina de mejora manera los factores de capital, trabajo y tierra logrando la eficiencia y la eficacia en los procesos productivos en el mejor tiempo posible, sin afectar a la calidad de los productos o servicios.

Todo proceso de producción es un sistema de acciones dinámicamente interrelacionadas orientado a la transformación de ciertos elementos (entradas) denominados factores, por otro lado, ciertos elementos (salidas) denominados productos, con el objetivo primario de incrementar su valor, dirigido a la capacidad para satisfacer necesidades. La teoría de la producción estudia estos sistemas, asumiendo que esa noción de transformación no se limita exclusivamente a las mutaciones técnicas inducidas sobre determinados recursos materiales, propia de la actividad industrial. El concepto también abarca a los cambios de modo, de tiempo, de lugar o de cualquier otra índole, provocados en los factores con similar intencionalidad de agregar valor (Cartier, 2015).

El proceso de producción es considerado como el conjunto de actividades dirigidas a la transformación de los factores productivos para obtener un determinado producto o servicio. Dentro del proceso productivo interviene la tecnología con el fin de obtener una utilización eficiente de los recursos enfocando principalmente el proceso en conseguir la satisfacción de la demanda.



Figura 16. Proceso Productivo

Fuente: (Cartier, E., 2015)

La teoría de la producción independientemente de la forma que adopte se rige por ciertos principios económicos universales, que establecen los lineamientos para el proceso productivo. Los principales principios que regulan la actividad económica dentro de la teoría económica son: el principio de escasez, ley de rendimientos decrecientes y el principio de eficacia económica.

Principio de Escasez

El concepto escasez es aplicable a aquellas cosas que son útiles. El economista considera útiles a todas aquellas cosas que tienen la capacidad de satisfacer necesidades humanas, y también abarca dos dimensiones: de un lado la cantidad de cosas útiles a nuestra disposición, y que llamaremos recursos o medios; y del otro lado, las necesidades que estas cosas están dispuestas a satisfacer, es decir el concepto escasez se refiere a una determinada relación entre los medios (recursos económicos) y los fines (las necesidades) (Méndez, 2016).

Una vez determinados los medios que se encuentran a nuestra disposición y los objetivos a conseguir, existirá un problema de escases, el mismo que afectará directamente al crecimiento económico generando varios problemas, ya que los recursos económicos se vuelven más susceptibles en cuanto a sus usos y aplicaciones, considerando que los objetivos de la sociedad en general eleva sus grados de importancia tratando de considerar cual es el fin que se debe conseguir

primero, tomando en cuenta que en la mayoría de los casos la toma de esta decisión implica el sacrificio de otro bien o producto para obtener uno en particular, el cual satisfaga las necesidades y cumpla con las expectativas y preferencias de los consumidores.

La diversidad de fines con ciertos grados de importancia y la escasez de los recursos es lo que obliga al hombre a considerar racionalmente las posibles alternativas, con miras a lograr, de acuerdo con el principio de racionalidad, la máxima satisfacción con los recursos disponibles (Méndez, 2016).

Ley de los Rendimientos Decrecientes

La teoría de la producción sostiene que un proceso productivo que se caracteriza por tener factores fijos (corto plazo), al aumentar el uso del factor variable, a partir de cierta tasa de producción, el producto aumentará en proporciones menores hasta llegar a un valor máximo, y luego empezará a disminuir (Benavides, 2014).

Considerando las estrategias de producción, si una unidad fija de un determinado factor de producción y le agregamos varias unidades de factores variables dentro del proceso de producción, la producción total se verá aumentada de manera acelerada, hasta alcanzar el punto de máximo de producción, y de ahí empezará a reducirse.

La ley de rendimientos decrecientes (o ley de proporciones variables), describe las limitaciones al crecimiento de la producción cuando, bajo determinadas técnicas de producción aplicamos cantidades variables de un factor o una cantidad fija de los demás factores de la producción (Méndez, 2016).

El rendimiento decreciente se enfoca principalmente en el corto plazo, ya que a las empresas por lo general cada vez les resulta más difícil incrementar sus niveles de producción cuando se

aproximan a llegar a su plena capacidad de producción, tomando en cuenta que la ley de los rendimientos decrecientes determina que el producto marginal es considerado un factor variable de producción que disminuye, una vez alcanzado un nivel determinado, al momento de incrementar la cantidad del factor empleada.

Los rendimientos a escala son las bases tecnológicas de la productividad, debido a que la productividad es el concepto por el cual se puede medir cuan eficiente es un factor productivo, ya que tenemos el caso de la productividad de la mano de obra y del capital invertido, donde los rendimientos crecientes a escala se caracterizan por que a medida que aumenta la capacidad instalada de una empresa, por un lado el producto aumenta en una mayor proporción, y por otro lado, la productividad de los factores se incrementa; mientras que los rendimientos constantes a escala se caracterizan por que a medida que aumenta la capacidad instalada de una empresa, por un lado el producto aumenta en igual proporción, y por otro lado, la productividad de los factores se mantiene constante (Maroto, 2016).

Es decir, que la productividad de los rendimientos decrecientes a escala se caracteriza principalmente por el aumento de la capacidad instalada por lado del proceso productivo, mientras que por el otro lado la productividad de los factores tiende a disminuir; es importante tomar en cuenta que este fenómeno se produzca por la obsolescencia en la tecnología o el deficiente aprovechamiento de los recursos.

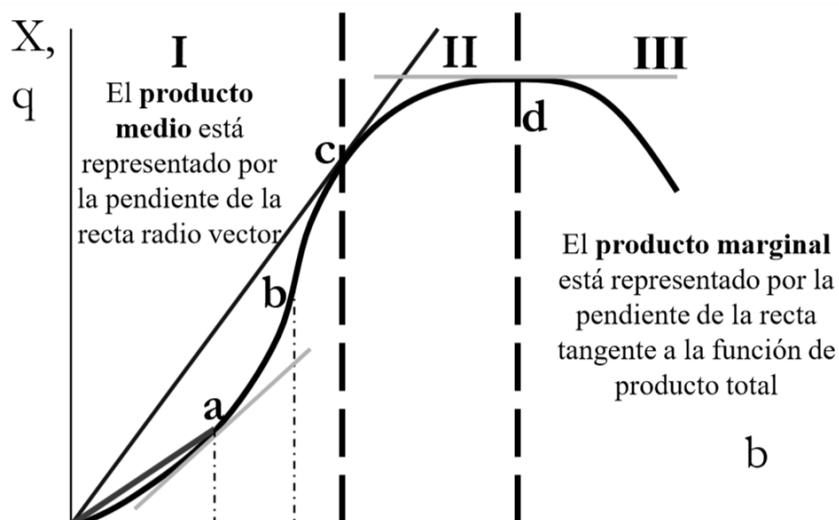


Figura 17. Productividad Total, Media y Marginal

Fuente: (Maroto, A., 2016)

La curva de producto marginal muestra como el aumento en una unidad de un factor variable afecta al producto total obtenido, mientras que la curva de producto medio muestra la cantidad de producto obtenida en promedio por las unidades de factor variable utilizadas hasta ese momento (Maroto, 2016).

La aplicación de la teoría de la producción dentro de las empresas tiene gran importancia por la estrecha relación que posee con los niveles de rendimiento, lo cual conduce a incrementar los niveles de utilidad que se pueden obtener, considerando descontar los costos que se generan por la producción de productos; considerando que las empresas deben tener en cuenta los cambios en los avances tecnológicos para establecer metodologías que mejoren los niveles de productividad y competitividad.

En el Ecuador, el modelo económico se rige en base a la teoría de la producción y sus principios, considerando sus factores productivos. Se asume que prevalece un modelo económico caracterizado por una economía de libre mercado -enfoque neoclásico- bajo la idea de dejar que

los mercados funcionen en base a la oferta y la demanda y se ajusten libremente para lograr el crecimiento económico. Sin embargo, no se puede dejar fuera la intervención del gobierno - enfoque keynesiano- para que prevalezca un marco jurídico que brinde a las organizaciones una seguridad para desarrollar sus actividades en las mejores condiciones y poder así competir en los mercados globalizados (Infante, 2016).

TEORÍA DE LA OFERTA

La oferta es la cantidad del bien o servicio que el vendedor pone a la venta en el mercado a un precio y en un periodo determinado para satisfacer necesidades o deseos; no es una cantidad particular sino una descripción completa de la cantidad que los vendedores están dispuestos a vender a cada precio (Echeverría, 2014).

En la economía, la oferta es considerada como la relación que existe entre la cantidad de bienes y servicios que los productores, están dispuestos a ofertar en un mercado a un precio determinado, considerando las condiciones y fuerzas del mercado. La oferta también se define como la cantidad de productos y servicios que se encuentran disponibles para ser consumidos y satisfacer una serie de necesidades; las mismas que se encuentran determinadas por varios factores como la mano de obra, capital, entre otros y especialmente la correcta combinación de los recursos de manera óptima y efectiva.

La oferta es una relación que muestra las distintas cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos y serían capaces de poner a la venta a varios precios alternativos durante un periodo dado de tiempo, suponiendo que todas las demás cosas permanecen constantes (Echeverría, 2014).

A través de la curva de la oferta se puede evaluar como aumenta o disminuye la oferta frente a las políticas y estrategias de precios establecidas, mediante las cuales se puede aumentar o disminuir el precio de un bien en el mercado, lo que provoca la elasticidad de la oferta, creando la ley de la oferta mediante la cual los productores generarán mayores incentivos para permanecer en el mercado.

La oferta es la relación entre la cantidad de bienes ofrecidos por los productores y el precio de mercado actual. Gráficamente se representa mediante la curva de oferta. Debido a que la oferta es directamente proporcional al precio, las curvas de oferta son casi siempre crecientes. Además, la pendiente de una curva de oferta suele ser también creciente (es decir, suele ser una función convexa), debido a la ley de los rendimientos decrecientes (González, 2012).

La ley de la oferta está determinada por la relación que existe entre las variaciones que sufre la cantidad ofertada en el mercado, frente a las modificaciones en los precios de los bienes y servicios; por lo cual los productores deben tomar en cuenta que el precio de los productos representa un ingreso y consecuentemente el margen de ganancia. Generalmente los productores consideran que al momento de tener un precio elevado en el bien aumentará la producción y ofertará una mayor cantidad en el mercado un determinado producto; mientras que muchas veces poseer un precio bajo en un bien y ofertarlo de esta manera en el mercado los productores no alcanzarían a cubrir los costos que se generan por el proceso productivo.

Es la ley económica que determina que la cantidad ofrecida de un bien aumenta a medida que la hace su precio, manteniéndose las restantes variables constantes. La cantidad ofrecida es directamente proporcional al precio. Si los demás factores permanecen constantes, cuando más alto sea el precio de un bien, mayor será la cantidad ofrecida de dicho bien (Echeverría, 2014).

Es importante considerar que la oferta, se basa en la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a proporcionarlos en el mercado a diferentes precios, considerando que el precio es aquel factor monetario que recibe el productor al momento de vender un producto o servicio en el mercado. Cuando el precio es aumentado, en la mayoría de los casos conlleva a un aumento en la cantidad ofertada, mientras que una disminución en el precio automáticamente disminuirá la cantidad ofertada, es decir se considera directamente proporcional, debido a que si una variable aumenta la otra igual y viceversa. Estas relaciones entre el precio y la cantidad ofrecida en el mercado conducen a establecer los lineamientos de la ley de la oferta, considerando principalmente que las otras variables que se ven afectada por la oferta permanecerán constantes.

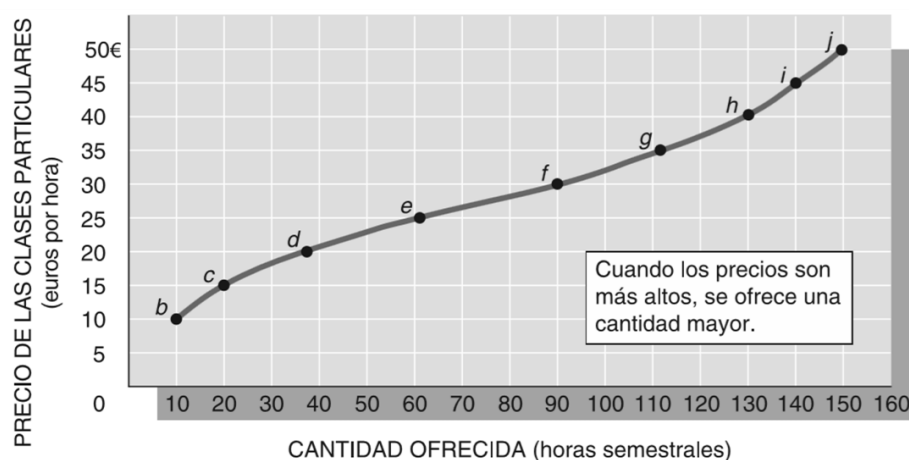


Figura 18. La curva de oferta del mercado

Fuente: (Sandoval, E., 2015)

Las curvas de oferta del mercado tienen pendiente positiva, lo que indica que cuanto más alto son los precios, mayores cantidades se ofrecen. Esta básica ley de la oferta refleja el hecho de que un aumento de la producción normalmente entraña unos costes más altos y, por lo tanto, ésta sólo aumentará si los precios son más altos. Unos precios más altos también pueden elevar los

beneficios, y, por lo tanto, inducen a los productores a ofertar mayores cantidades. La curva de la oferta del mercado indica las intenciones conjuntas de ventas de todos los agentes que participan en el mercado (Sandoval, 2015).

La ley de la oferta se fundamenta en que la oferta es directamente proporcional al precio, considerando que cuanto más alto es el precio mayor es la cantidad ofertada en el mercado de un determinado bien. El postulado de la ley de la oferta y la demanda implica tres principios:

- Cuando al precio, la demanda excede la oferta el precio tiende a aumentar; mientras que cuando la oferta excede la demanda, el precio tiene a disminuir.
- Cuando se produce un aumento en el precio, tiende a disminuir la demanda y aumentar la oferta; e inversamente cuando el precio disminuye la demanda aumente, pero la oferta tiende a disminuir.
- El precio generalmente tiende a que la demanda iguale a la oferta.

Hay que considerar que las curvas de la oferta tienden a desplazarse cuando varían los determinantes subyacentes de las ofertas. Por lo tanto, distinguimos en primer lugar a las variaciones de la cantidad ofrecida, ya que son los movimientos causados por el cambio en el precio de un determinado producto a lo largo de la curva de la oferta; y en segundo lugar a las variaciones de la oferta que resultan del cambio en el costo de producción, el precio, la cantidad esperada en el precio de otros bienes, los cambios en los precios en la tecnología, entre otros que provocan desplazamientos en la curva de la oferta.

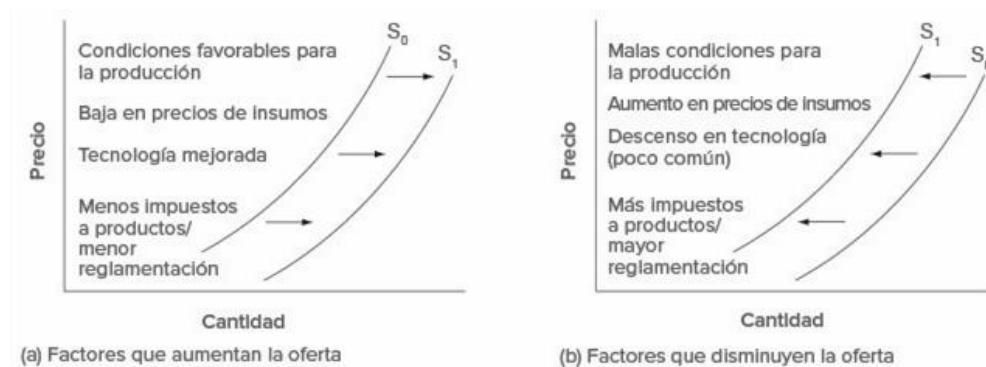


Figura 19. Factores que desplazan la curva de la oferta

Fuente: (Fuentes, F., 2016)

La figura 19 muestra los factores que alteran o modifican el comportamiento de la curva de la oferta, por aquellas variaciones que sufren las variables dentro del precio del producto que se encuentra en el mercado, esto se debe a que un cambio en alguno de los factores sea en el precio, cantidad, entre otros; conlleva un cambio en el precio del bien o servicio, lo cual provoca una modificación en la cantidad ofertado o un movimiento a lo largo de la curva de la oferta de un determinado producto o servicio.

Los factores que determinan las variaciones en la oferta están evidenciados en los costos de producción, debido a que a mayor costo de producir un determinado bien menor será la oferta; el precio de otros productos, debido a que cuando se pueden ofrecer productos más baratos o existe la posibilidad de ofrecer productos los cuales pueden sustituirlos lo que se encuentren disponibles en el mercado; la tecnología, ya que a mayor uso de la tecnología, mayor será la oferta, ya que existe mayor posibilidad y facilidad de ofertar un producto; las intervenciones por parte del gobierno, considerando que al establecimiento de mayores impuestos, menores van a ser las cantidades ofertadas; y finalmente, el número de productores, tomando en cuenta que mayor será la oferta si el número de productores es mayor de igual manera.

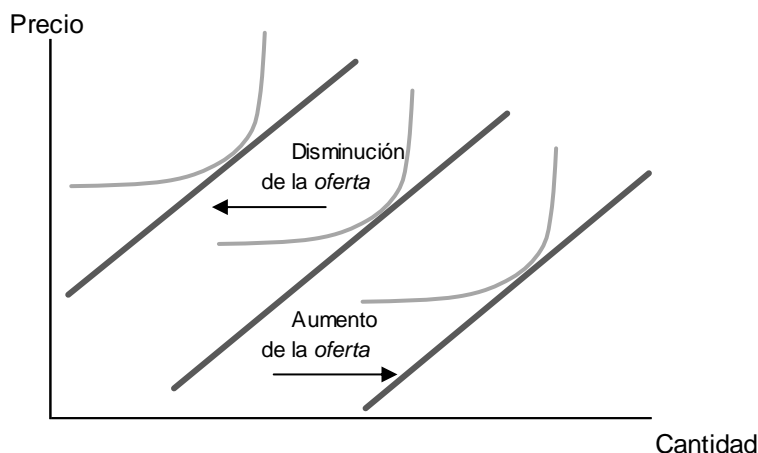


Figura 20. Desplazamiento de la oferta

Las variaciones de la oferta se representan a través de los desplazamientos de la curva de la oferta. Se debe considerar que la oferta será elástica o inelástica en función de las variaciones que sufra la cantidad ofrecida en cuanto sea mayor o menor proporcionalmente a la variación de los precios de los bienes o servicios.

Definida con más precisión, la elasticidad de la oferta es el porcentaje en que varía la cantidad ofrecida cuando el precio varía en un uno por ciento. Lo que se trata de medir de hecho es la capacidad de reacción de las empresas a las variaciones en los precios. La elasticidad de la oferta depende por tanto de las peculiaridades tecnológicas del proceso productivo, de la disponibilidad de factores necesarios para la producción, pero, sobre todo, del tiempo. Como a corto plazo las instalaciones no pueden variar, la oferta es muy rígida, y grandes variaciones en los precios no modificarán sensiblemente la cantidad ofrecida. Sin embargo, a largo plazo la oferta resulta muy elástica, no sólo porque las empresas existentes pueden adaptarse a los nuevos precios sino porque puede que entren nuevas empresas, si el precio ha subido, o que cierren algunas, si el precio ha bajado (Sandoval, 2015).

La elasticidad de la oferta es considerada la variación porcentual que sufre la cantidad ofrecida de un determinado producto o servicio cuando varía su precio un 1%, considerando que los demás factores permanecen constantes.

La elasticidad de la oferta es perfectamente inelástica cuando la cantidad ofrecida no aumenta, independientemente de lo que el precio se incremente, obteniendo así que la elasticidad de la oferta es cero; mientras que la elasticidad de la oferta es perfectamente elástica cuando los oferentes están dispuestos a vender toda la cantidad demanda sin alteraciones o variaciones en el precio de ese producto, obteniendo así que la elasticidad de la oferta es finita.

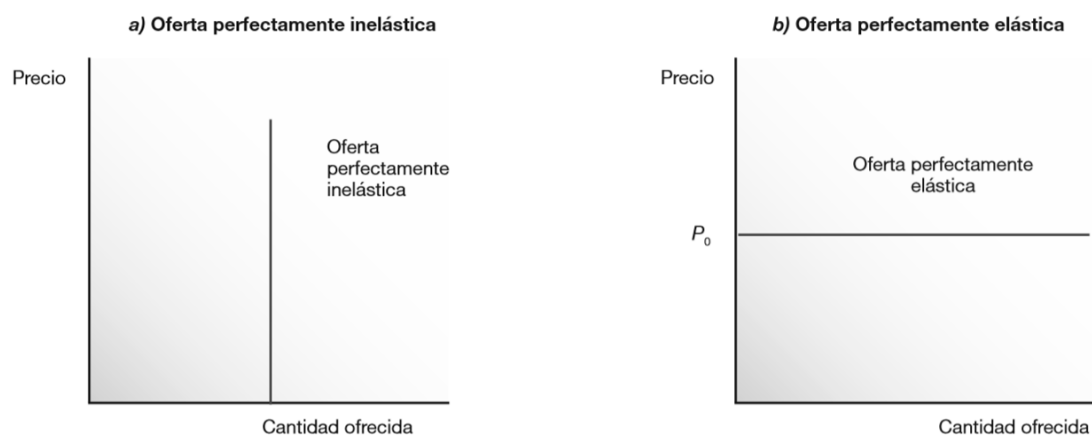


Figura 21. Curva de oferta perfectamente elástica e inelástica

Fuente: (Sandoval, E., 2015)

Por otro lado la elasticidad de la oferta es elástica, es decir mayor a 1 cuando la cantidad ofertada varía en una proporción mayor al precio de un bien determinado; exista la presencia de que la elasticidad de la oferta sea unitaria, es decir, igual a 1, cuando la cantidad ofertada varía en la misma proporción que el precio del bien; y finalmente, la elasticidad de la oferta es inelástica, es decir, menor a 1, cuando la cantidad ofertada varía en menor proporción que el precio del bien.



Figura 22. Curva de la oferta elástica, unitaria e inelástica

Fuente: (Fuentes, F., 2016)

La teoría de la oferta, es la relación que existe entre la cantidad ofrecida por los productores a un determinado precio; es por ello que se considera como una de las fuerzas que rigen el mercado para dar cumplimiento a uno de sus principios económicos que es la interacción entre oferentes y demandantes; considerando que dentro un mercado libre y competitivo, el precio se establecerá en función a las variaciones que sufran los factores productivos considerando el margen de ganancia; pero direccionados a satisfacer las necesidades de los consumidores.

TEORÍA DE LA DEMANDA

La demanda representa la cantidad de bienes y servicios que un consumidor desea adquirir; ya sea en función de los precios o los ingresos, para cumplir una función con la finalidad de satisfacer sus necesidades y requerimientos, considerando que la cantidad demandada de un determinado bien o servicio es el monto que los consumidores desean adquirir durante un período de tiempo determinado, a un precio específico.

La demanda tiene que ver con lo que los consumidores desean adquirir. Demandar significa estar dispuesto a comprar, mientras que comprar es efectuar realmente la adquisición. La demanda

refleja una intención, mientras que la compra constituye una acción. La demanda del mercado muestra, para cada precio, la cantidad que los demandantes estarán dispuestos a demandar. A precios bajos, las cantidades que los consumidores desearán demandar serán elevadas, y conforme el precio va aumentando, la cantidad que desearán demandar será menor (Sandoval, 2015).

Es importante considerar que solo existe demanda si un individuo está dispuesto a pagar y puede adquirir un determinado bien, en un tiempo específico; con la intención de intercambiar un bien o servicio por un valor monetario. La demanda son las cantidades de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos adquirir en el mercado nacional o internacional por un precio determinado. También a la demanda se le define como una función económica que expresa el comportamiento de los consumidores en el mercado, mediante la relación precio – cantidad.

La teoría de la demanda también establece que los consumidores al adquirir un producto en el mercado obtienen una utilidad no únicamente del contenido del bien o servicio, sino de las características intrínsecas de los bienes; tomando en cuenta que este enfoque nos permite determinar de alguna manera las preferencias que poseen los consumidores al momento de elegir un bien o servicio.

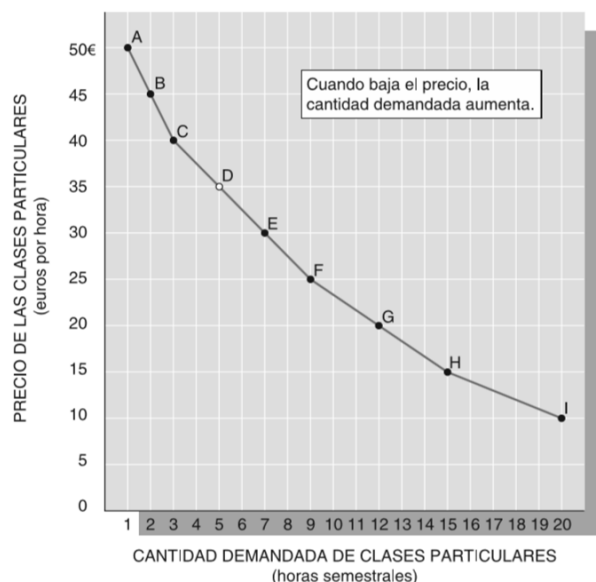


Figura 23. La curva de demanda del mercado

Fuente: (Sandoval, E., 2015)

Una curva de demanda es una ilustración gráfica de una tabla de demanda. Cada uno de sus puntos se refiere a la cantidad que se demandará a un determinado precio. Lo que destaca la idea de demanda es que la cantidad que compramos de un bien depende de su precio. Raras veces, si es que alguna, decimos comprar solamente una determinada cantidad de un bien cualquiera que sea el precio que se cobre. Normalmente entramos en los mercados con unos deseos y una cantidad limitada de dinero para gastar. La cantidad que compramos realmente de un bien depende de su precio (Sandoval, 2015).

Los factores que determinan el comportamiento de la demanda pueden ser no controlables, es decir, aquellos que la empresa no puede dominar y caracterizan el entorno en el que la empresa actúa; y factores controlables, aquellos que la empresa puede manipular para influir en el comportamiento de la demanda y conseguir sus objetivos, tomando en consideración la maximización de sus utilidades.

Los factores no controlables que influyen en el comportamiento de la demanda puede ser la renta, ya que una disminución en la renta implica que la demanda de un determinado bien o servicio disminuya de igual manera, denominando a estos bienes como normales; por otro lado, si la demanda un bien aumenta cuando disminuye la renta de ese bien, se le denomina bien inferior.

Con los continuos avances en el mundo los gustos y preferencias de los consumidores han ido incrementando y cambiando conforme a sus necesidades, es por ello, que los gustos de los consumidores son un determinante importante en las variaciones de la demanda. Es importante también considerar que los precios de los bienes están relacionados con bienes sustitutos y complementarios.

Las expectativas de los consumidores son una variable que se debe considerar puesto que en el futuro pueden influir en las adquisiciones de los consumidores y, por ende, en las variaciones de la demanda. Finalmente, también se debe considerar los precios de otros bienes, es decir, la competencia con la finalidad de que un bien pueda permanecer y sobrevivir en el mercado; considerando que la empresa debe estar orientada a identificar las variables que afectan su crecimiento y desarrollo, medir el impacto que cada variable tiene en la demanda, prever su crecimiento y establecer las medidas y estrategias adecuadas para prevenir cambios drásticos en la curva de la demanda.

Los factores controlables por los productores o las empresas son precio, producto, plaza y distribución. Para lo cual hay que tomar en cuenta que los factores que mayor aportan a los movimientos de la demanda es el poder adquisitivo de los consumidores y, los gustos y preferencias que poseen debido a que son los que principalmente afectan a los cambios en la demanda y puede ocasionar grandes problemas si no se toman las medidas precautelarias necesarias.

La disminución en el precio de un determinado bien o servicio tiende a que los consumidores adquieran ese bien en mayores cantidades, efecto que caracteriza principalmente a la curva de la demanda. Es importante tomar en cuenta que esta relación entre el precio del producto y la cantidad, son las variables que denominan a la ley de la demanda, considerando que, en el sentido, cuando se reduce el precio aumenta la cantidad demandada; mientras que cuando hay un incremento en el precio, la cantidad demandada disminuye. Es por ello que para entender la relación inversa que existe entre el precio y la cantidad se puede recurrir al efecto sustitución y al efecto renta.

Efecto sustitución

Cuando incrementa el precio de un determinado bien o servicio, algunos consumidores que inicialmente lo conseguían dejarán adquirirlo o lo comprarán en menor cantidad, y lo sustituirán por otro bien que no haya sido encarecido. Este hecho se conoce como efecto sustitutivo, y refleja la incidencia de un cambio en el precio relativo, es decir, el precio de un bien respecto al precio de otro bien. El efecto sustitución recoge la incidencia de un cambio en los precios relativos, de forma que, cuando aumenta el precio de un bien, la cantidad demandada de ese bien reducirá, pues su consumo se sustituirá por otro que se ha abaratado relativamente (Cobins, 2016).

El efecto sustitución hace referencia al cambio de la cantidad demandada de un determinado bien o servicio que se encuentra en el mercado cuando sufre modificaciones su precio, considerando que los precios de otros bienes y el poder adquisitivo de los consumidores permanecen constantes.

Este efecto ocurre cuando se modifica el precio de un bien que se encuentra dentro de la canasta de consumo, considerando que el consumidor tomará en cuenta que el precio del bien incrementa, buscará otras alternativas por las cuales pueda reemplazar aquellos bienes con un precio elevado por otros bienes con precios más baratos. De esta manera si el precio de un determinado bien

aumenta, mientras los precios de otros bienes permanecen constantes, el consumidor optará por reducir la demanda de ese bien, y viceversa.

Efecto renta

Cuando aumenta el precio de un bien, además de consumir menos de ese bien porque se sustituye por otros, los consumidores demandarán menos unidades porque la capacidad o poder adquisitivo de la renta de que disponen se reducirá como consecuencia de la elevación del precio. El efecto renta refleja la incidencia de un cambio en la renta real de los consumidores, de forma que ante el aumento del precio de un bien se consumirá menor cantidad de todos los bienes, incluido el bien que se ha encarecido (Cobins, 2016).

El efecto renta considera que al tener una variación en la cantidad demandada de un determinado producto o servicio, como consecuencia de la modificación del poder adquisitivo de compra de los consumidores, causado por un cambio en el precio del producto, es decir, cuando cambia el precio de un bien el poder adquisitivo cambia de igual manera; por ende si el precio de un bien disminuye, el poder adquisitivo aumenta ya que los consumidores podrán adquirir un mayor número de unidades de ese bien; mientras que si el precio de un determinado producto aumenta, el poder adquisitivo disminuirá ya que el ingreso de los consumidores le cubrirá una menor cantidad, ya que los recursos para adquirir los productos son menores.

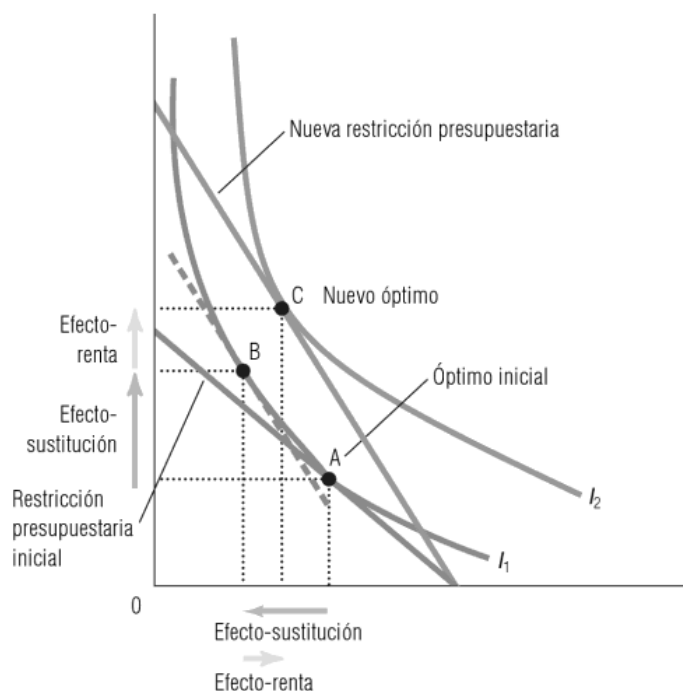


Figura 24. Efecto sustitución y efecto renta

Fuente: (Mankiw y Rabasco, 2009)

En la demanda de un determinado bien o servicio no únicamente influye el precio, ya que al presentarse el efecto renta, considerando que las alteraciones de la renta inciden en el comportamiento de la demanda; y al producirse el efecto sustitución por el aumento del precio de un bien y su incidencia en la demanda de otros; la demanda de los productos será condicionada por los gustos y preferencias de los consumidores. Debido a ello la función de la demanda considera la relación que existe entre la cantidad demandada de un determinado producto y las variables que influyen en su consumo.

La elasticidad precio de la demanda mide el grado en que la cantidad demandada, es decir, los consumidores responden a las variaciones de precio de mercado. Se expresa como el cociente entre la variación porcentual de la cantidad demandada del bien producida por una variación de su precio

en 1% manteniéndose constantes todos los demás factores que afecten a la cantidad demandada (Sandoval, 2015).

La elasticidad de la demanda permite establecer tres categorías fundamentales dentro de la teoría de la demanda y dos casos extremos. La demanda será elástica cuando una reducción porcentual en el precio genere un aumento porcentual mayor en la cantidad demandada; la demanda será unitaria cuando la reducción porcentual que sufre el precio y el aumento porcentual de la cantidad demandada son iguales, es decir, igual a 1; la demanda será inelástica cuando una reducción porcentual en el precio suponga un aumento porcentual menor de la cantidad demandada.

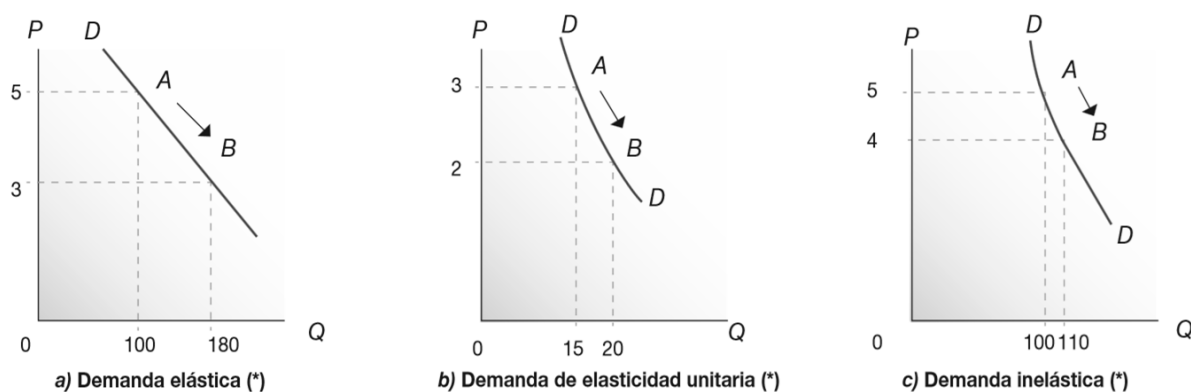


Figura 25. Elasticidad de la demanda elástica, unitaria e inelástica

Fuente: (Sandoval, E., 2015)

La curva de la demanda será perfectamente inelástica cuando exista una reducción porcentual en el precio y esta no suponga una variación porcentual en la cantidad demandada; mientras que la curva de la demanda será perfectamente elástica cuando se demanda una cantidad cualquiera de un producto a un determinado precio, pero no se demanda nada si este sube, aunque sea solo un mínimo incremento.

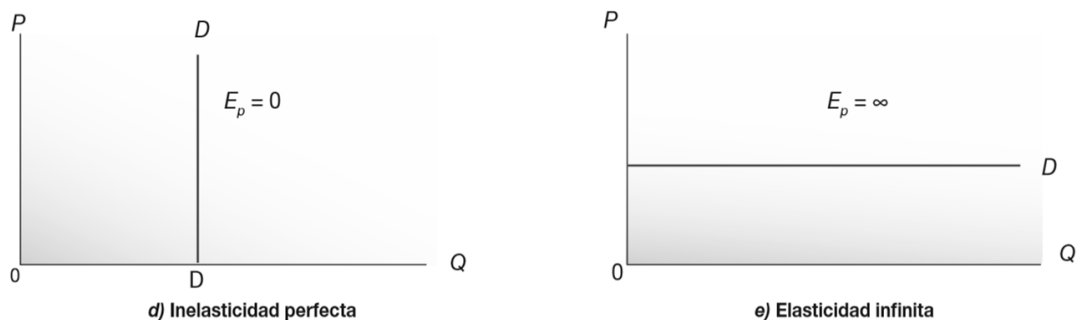


Figura 26. Inelasticidad perfecta y elasticidad infinita de la demanda

Fuente: (Sandoval, E., 2015)

La elasticidad de la demanda es importante para los vendedores, ya que les permite saber si, al aumentar o disminuir el precio de un determinado producto o servicio, el ingreso total, que es el precio multiplicado por la cantidad vendida, aumentará, disminuirá o permanecerá inalterado. Es por ello que, identificando la elasticidad de la demanda, se podrá determinar las variaciones que sufrirá el ingreso, cuando el precio se ve modificado de alguna manera. Considerando que la demanda es elástica, cuando una reducción del precio incrementará el ingreso total y un aumento lo disminuirá; mientras que la demanda inelástica, se produce cuando una reducción del precio disminuirá el ingreso total y un aumento porcentual lo incrementará.

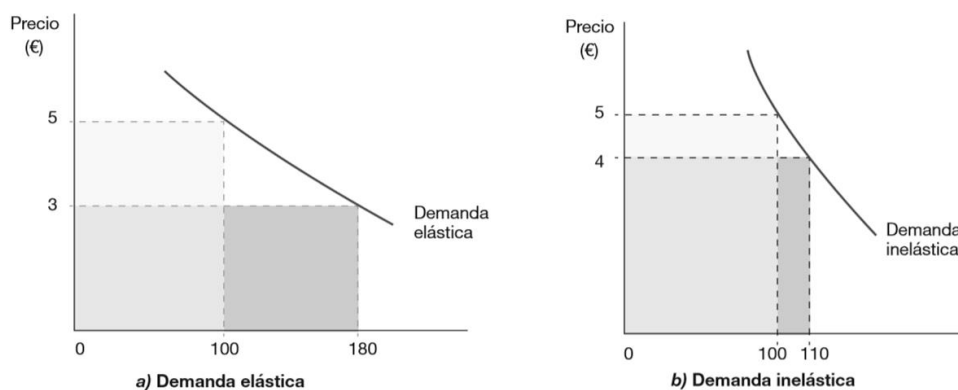


Figura 27. Elasticidad de la demanda y el ingreso total

Fuente: (Sandoval, E., 2015)

Es importante tomar en cuenta que, al momento de interactuar consumidores y productores, considerando sus respectivos procesos de producción y consumo, es decir, con sus respectivas curvas de oferta y demanda dentro de un mercado; se puede analizar el comportamiento de estos dos agentes. Cuando se cortan las curvas de la oferta y la demanda en un mismo punto, se evidenciará un precio que podrá propiciar un pleno acuerdo entre productores y consumidores; considerando este precio como un precio de equilibrio, y la cantidad ofertada y demandada a ese precio, se denominará como una cantidad de equilibrio.

La determinación del equilibrio en el mercado se da a partir de que dado el precio de equilibrio de mercado hay que considerar, que cuando el precio de un determinado producto o servicio en el mercado es inferior, existirá un exceso de demanda, es decir, escases lo que tiende a elevarlo; mientras que cuando el precio de un producto o servicio es superior, hay un exceso de oferta, es decir, excedente provocando una tendencia a la baja. Por lo cual es importante que el mercado libre los precios tienden a desplazarse hacia el punto de equilibrio generalmente. Cuando existe una situación de escases en el mercado, se produce porque hay demandantes frustrados que al precio vigente de determinado producto o servicio no pueden adquirir lo que desean; mientras que cuando hay oferentes que al precio vigente de determinado bien en el mercado no pueden vender lo que desean, existe un excedente.

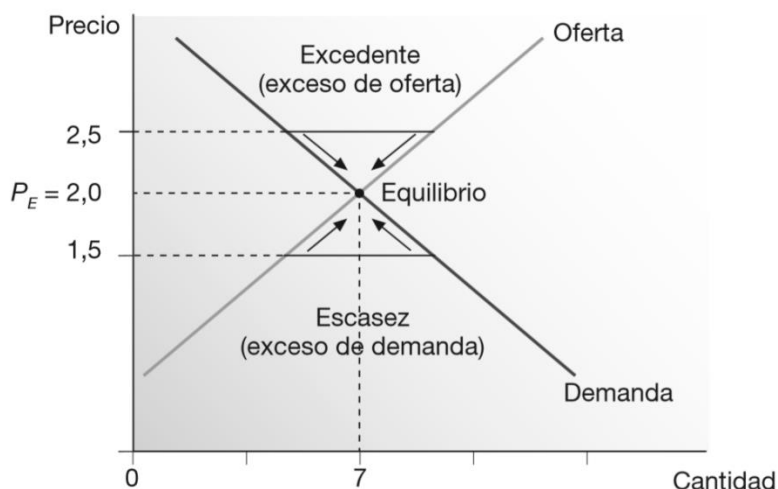


Figura 28. Determinación del equilibrio en el mercado

Fuente: (Sandoval, E., 2015)

En economía entendemos como equilibrio aquella situación en la que no hay fuerzas inherentes que inciten al cambio. Cambios a partir de una situación de equilibrio ocurrirán solo como resultado de factores exógenos que alteren su estatus quo. Así pues, se tendrá una combinación de equilibrio de precio, cantidad ofrecida y demandada, cuando rijan en el mercado un precio para el que no haya ni compradores ni vendedores frustrados que tiendan a empujar los precios al alza o a la baja para adquirir las cantidades deseadas o estimular sus ventas (Cobins, 2016).

TEORÍA DEL CLIENTE

La teoría del cliente se direcciona en la satisfacción de los clientes al momento de adquirir un producto determinado o utilizar un servicio; considerando este elemento como el principal al momento de retener a los clientes y conseguir la fidelidad de los mismo con la marca y el producto; para lo cual es importante tener un control sobre los principios del servicio al cliente con la finalidad de que una empresa pueda sobrevivir en el mercado y sus ventas no disminuyan.

Dado que lo ideal para una empresa que tenga como objetivo la calidad sería satisfacer a sus clientes meta en todas sus transacciones, es lógico pensar que un mejor conocimiento del proceso de formación de la satisfacción del cliente permitiría desarrollar normas y procedimientos más adecuados para lograr ese objetivo. Con la intención de contribuir a explicar dicho proceso, en este trabajo se testa una adaptación de la teoría de los dos factores de Herzberg a la satisfacción del cliente, la cual postula que unas dimensiones de los productos y/o servicios determinan la satisfacción del cliente, y otras muy distintas sus insatisfacciones (Lavado y Leal, 1998, p.53).

Considerando los supuestos fundamentados en la satisfacción e insatisfacción del cliente; es importante tomar en cuenta que una empresa o negocio que se encuentre ofertando un producto o servicio en el mercado debe identificar cuáles son los índices y niveles de satisfacción e insatisfacción con la finalidad de corregir, prevenir o combatir estos niveles mediante la aplicación de estrategias adecuadas que permitan minimizar la insatisfacción del cliente o maximizarla dependiendo del caso; ya que se deben identificar las oportunidades y aprovecharlas para que la empresa pueda conseguir una posición más ventajosa y competitiva dentro del mercado.

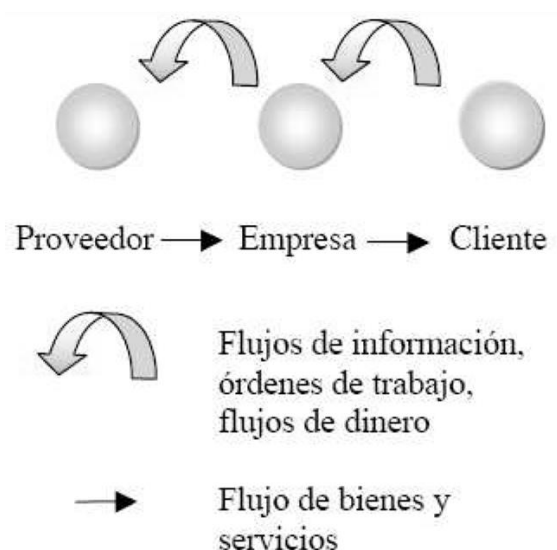


Figura 29. Enfoque empresarial

Fuente: (Vivas, G., 2010)

Las empresas mediante el establecimiento de procesos adecuados que fortalezcan el crecimiento y desarrollo de esta tienen como función principal la creación y entrega valor a los clientes, en la adquisición de productos o servicios; mediante los cuales las organizaciones puedan gestionar relaciones con los clientes, fundamentando en la puesta en marcha de procedimientos que beneficien a la empresa en general y a todos los involucrados. Para lo cual hay que tomar en cuenta que el objetivo de las empresas es lograr conseguir que la reiteración de la compra de un determinado producto o servicio fortalezca la fidelidad de los clientes por la satisfacción del producto adquirido, generando fidelidad y a su vez la sustentabilidad del negocio dentro del mercado.

El activo más importante que poseen las empresas es el cliente, este activo se aprecia con el tiempo, y no se refleja en los libros de contabilidad, considerando que el propósito de una compañía es crear clientes, es por ello, que se define a los clientes según el mercado que integran estableciendo tipos de mercados de clientes tales como: mercado de consumidores, mercados de

empresas, mercado de revendedores, mercado gubernamentales y mercados internacionales, a medida que cada uno de ellos se va desarrollando (Vivas, 2010, p.72).

La empresa está enfocada en desarrollar modelos organizacionales que le permitan crear un alto compromiso entre todos los niveles de su estructura, con la finalidad de que la información, el trabajo y el dinero que circulen sean de manera ágil y óptima, lo cual le permita incorporar más elementos que le generen un valor agregado al cliente por parte de la empresa; y de esta manera obtener mejoras significativas en la rentabilidad y alcanzar una mayor penetración y participación en el mercado.

Actualmente, existe una gran y ardua competencia entre las empresas por ser el primero en obtener la atención del cliente, mismo que puede llegar a tardar un largo proceso para convertirse en un cliente principal, consistiendo en frecuentes visitas a la entidad, o bien, de varias adquisiciones del producto que se ofrece, dependiendo del giro de la empresa; pero que a su vez, puede bastar con solo un minuto de romper las políticas establecidas para la calidad en el servicio, para perder ese cliente y que este opte por ir hacia la competencia. Por lo anterior, no se debe perder el objetivo de cumplir con la satisfacción al cliente, y cuidar celosamente de ellos, procurando mantener un juicio razonable y mostrando siempre una buena imagen de la empresa (Solórzano y Nereida, 2013, p.5).

Para lo cual hay que tomar en cuenta que la calidad del servicio al cliente es una clave fundamental para el crecimiento y desarrollo de la empresa, ya que el continuo avance del mundo, hace que las necesidades y requerimientos por parte de los clientes sean cada vez más exigentes, por lo cual las empresas deben establecer parámetros y estrategias que mejoren la atención al cliente, al momento de adquirir un producto o servicio, considerando precios justos, calidad, tiempos y especialmente la innovación y valor agregado.

Las empresas diseñan y elaboran un producto, prestan servicios, todo ello dirigido a sus clientes, actuales y futuros, y la venta de ese producto o servicio le reporta un margen de beneficio. Este es en resumen un planteamiento simplista de la relación empresa – cliente. El sistema de calidad maximiza esta relación y considera prioritario el enfoque al cliente. La empresa debe dedicar los medios y enfoques necesarios para conocer las necesidades y expectativas de los clientes, una vez conseguida esta meta, las necesidades de los clientes deben ser transmitidas a la organización para su conocimiento y concienciación de su importancia y debe planificarse el modo de hacerlo (Delgado, 2017, p.14).

Dentro del sistema de calidad al cual deben regirse las empresas, una de los objetivos principales es la satisfacción del cliente, ya que las empresas y negocios deben cubrir las necesidades y requerimientos de los clientes dentro del mercado, por lo cual el cliente es el elemento principal de las empresas; para lo cual el éxito de las empresas y organizaciones dentro del mundo actual depende de la comprensión de las necesidades y requerimientos de los consumidores, y posteriormente de la satisfacción de las expectativas de los clientes actuales y futuros.

El enfoque en la mejora de los procesos dentro de la empresa asegura crear mayor valor para los clientes y en general para todas las partes interesadas; ya que tener un enfoque en el cliente principalmente mejora los niveles de productividad, puesto que el enfoque está dirigido a una contraprestación adecuada del servicio obteniendo así mejores resultados para la empresa, además aumenta el número de clientes y mejora la fidelización de estos.

En la actualidad, lograr la plena satisfacción del cliente es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la mente de los clientes y, por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener satisfecho a cada cliente ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales

como producción, finanzas, recursos humanos, entre otras áreas de las empresas exitosas (Thompson, 2016, p.92).

Por tal situación, es sumamente importante para las organizaciones reconocer los beneficios de lograr obtener la plena satisfacción del cliente para que de esa forma posicionarse en la mente del consumidor y aumentar la fidelidad de los clientes con marca y conjuntamente con el producto, lo que se traduce en ganar participación en el mercado. De tal manera las estrategias que la empresa formula deben estar orientadas a la satisfacción del cliente; ya que el factor diferenciador del crecimiento de la empresa y maximizar las ganancias depende de la atención y satisfacción del cliente.

El Modelo de satisfacción del cliente KANO

Este modelo se centra en que la satisfacción del cliente depende por completo de la capacidad que tiene la empresa de generar su producto o servicio, basándose en que no todas las características de un producto o servicio producen la misma satisfacción en el cliente, sino que algunas de ellas contribuyen en mayor grado a generar una mayor fidelidad (Haro, Córdova y Chong, 2016, p.58).

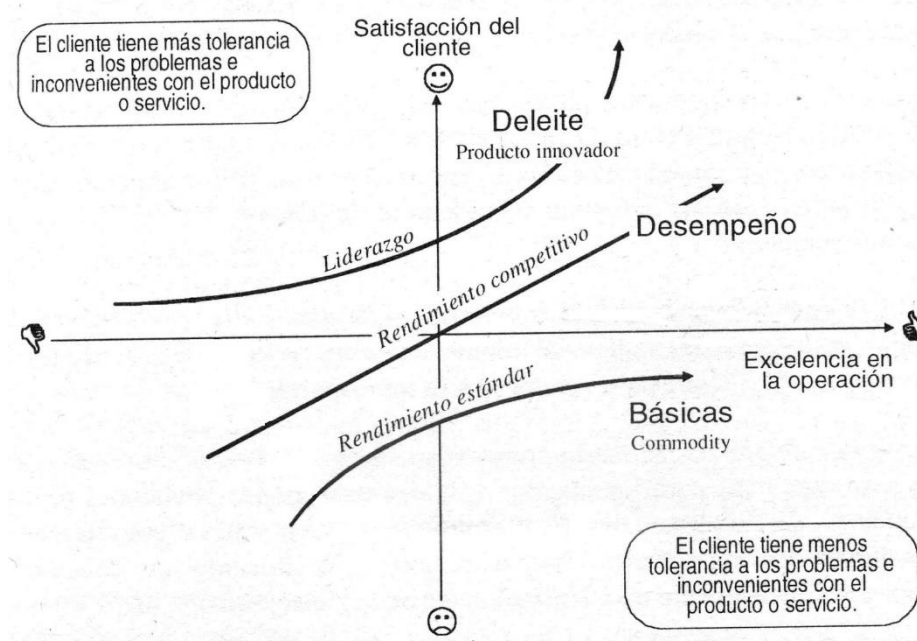


Figura 30. Modelo de satisfacción del cliente KANO

Fuente: (Haro, Córdova y Chong, 2016)

El modelo de satisfacción del cliente KANO se enfoca en un esquema estratégico direccionado a posicionar un determina producto o servicio en el cuadrante idóneo con la evolución adecuada; considerando las condiciones del mundo actual; para la cual este modelo presenta tres características principales: características básicas, aquellas características del producto que el cliente considera obligatorias, tomando en cuenta que éstas no aumentan la satisfacción del cliente, pero provocan una gran insatisfacción si no se aportan; características de desempeño, características del producto o servicio que aumentar proporcionalmente la satisfacción del cliente, es decir, mientras más funcionalidades brinde el producto, mayor será la satisfacción del cliente; y finalmente las características de deleite, son aquellas que el cliente no las espera, pero al momento de brindarlas al comprador genera mayor satisfacción, tomando en cuenta que como no son esperadas, si no se las aporta no genera insatisfacción en el cliente.

El modelo KANO utiliza una escala ponderada que integra cuatro escenarios que el producto y/o servicio podrían tener: deber-ser, atractivo, cumplimiento, e indiferente. Algunos investigadores abordan el tema de calidad en el servicio como una herramienta de competencia, en la que se puede lograr la ventaja competitiva si se identifica la posición competitiva de los productos y servicios que ofrece la empresa, bajo la perspectiva del Modelo de Kano, y se escucha la voz del cliente (Haro, Córdova y Chong, 2016, p.59).

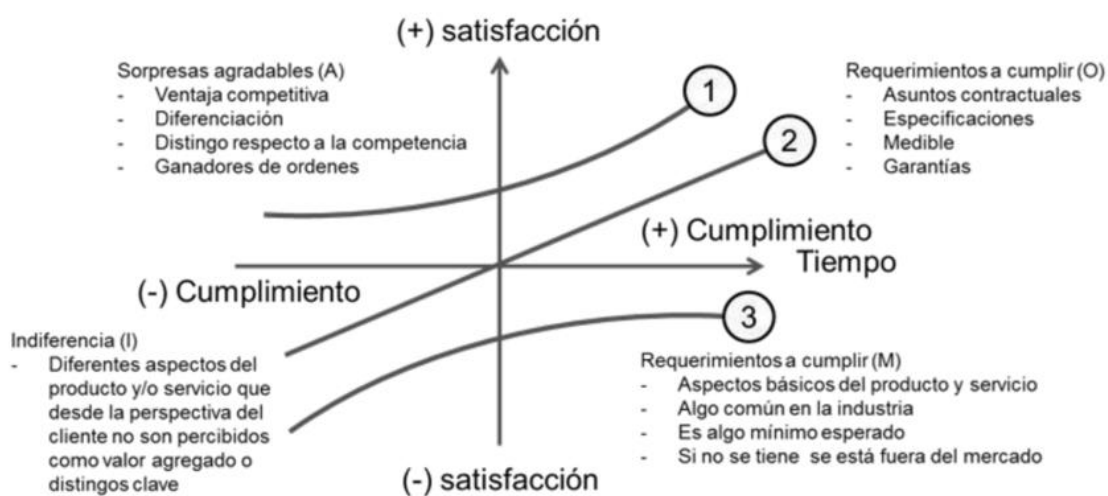


Figura 31. Estrategias claves del Modelo KANO

Fuente: (Haro, Córdova y Chong, 2016)

Durante los últimos años el servicio al cliente se ha tornado más fuerte, debido al aumento de la competencia, tomando en cuenta que los clientes poseen más facilidades para adquirir un producto o servicio y el tema de precio se ha vuelto más diferenciado; por lo cual los nuevos productores deben identificar su factor diferenciador, que es aquel que le agrega valor al producto y de alguna manera atrae al posible cliente; es por ello que los productos cada vez deben estar más adaptados a las necesidades de los clientes a través de estrategias adecuadas dentro del mercado.

La competencia es cada vez mayor, por ende los productos ofertados aumentan notablemente y son más variados, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado, por lo cual los competidores se van equiparando en calidad y precio, por lo que se hace necesario buscar una diferenciación, considerando que los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido (Solórzano y Nereida, 2013).

En la actualidad la competencia ha ganado mayor fuerza, por lo cual las empresas deben establecer las estrategias adecuadas para generar ventajas competitivas para permanecer en el mercado, considerando que la calidad del servicio o producto es primordial para generar fidelidad en el cliente, siendo así este factor como primordial para que la marca se posicione en la mente del consumidor y gane mayor participación en el mercado. La importancia del cliente y la satisfacción de este dentro de la empresa son vital, ya que el cliente conllevará al aumento o disminución de las ventas y por ende de los ingresos.

Aunque la satisfacción del cliente es un objetivo importante, no es el objetivo final de las sociedades en sí mismo, es un camino para llegar a este fin que es la obtención de unos buenos resultados económicos. Estos resultados serán mayores si los clientes son fieles, ya que existe una gran correlación entre la retención de los clientes y los beneficios (Vivas, 2010).

2.3. MARCO REFERENCIAL

RECURSOS NATURALES Y CRECIMIENTO ECONÓMICO, ANALIZANDO EL CAPITAL HUMANO

El objetivo principal dentro de cualquier sistema económico es conseguir un desarrollo sostenible y sustentable que garantice de alguna manera el bienestar de toda la sociedad ofertando

una calidad y estilo de vida digna, mediante la utilización eficiente de todos los recursos que posee el país con la finalidad de poder estabilizar su economía, ya que se debe considerar que una utilización de manera ineficiente o un aprovechamiento deficiente de los recursos afecta de manera significativa en un decrecimiento económico.

El crecimiento económico de un país, refleja en cierta parte el nivel de bienestar que presenta la sociedad debido a que el desarrollo económico se ve influenciado en gran magnitud por la utilización eficiente de las herramientas de tecnología, información y comunicación en la utilización de sus recursos para la producción de sus bienes y servicios, además del capital humana, financiero y la inversión en innovación; considerando que aquellas economías que poseen abundantes recursos tienden a enfocarse en distintos factores menos en este, por lo cual presentan un crecimiento económico menor, frente a otros países; repercutiendo de manera negativa en los niveles de productividad y competitividad.

Los modelos del crecimiento, parten de la idea de progreso el cual considera cuatro factores que explican el crecimiento y sus externalidades, los cuales se dan cuando las medidas tomadas por un individuo o una empresa afectan de manera positiva o negativa sobre el bienestar de otros individuos, las mismas que pueden ser positivas y son percibidas como fundamento para justificar la intervención de capital físico; mismo que atribuye el crecimiento a la acumulación de capital físico, tomando los rendimientos crecientes como el fundamento del crecimiento, con la intervención de la infraestructura puede conducir al mejoramiento de la productividad de las empresas. La investigación y el desarrollo son considerados como una actividad con rendimientos crecientes, esto es debido a que el saber tecnológico es un bien no rival, es decir, puede ser utilizado en más de dos lugares y por diferentes agentes a la vez (Meza, Barrón y Urciaga, 2012, p.94).

Es importante considerar que el emprendimiento, se torna parte fundamental de la economía y su desarrollo, ya que es la base fundamental para constituir que las empresas incrementen sus niveles de productividad y competitividad a partir del correcto aprovechamiento de los recursos, considerando que el factor diferenciador, es decir, el valor agregado que le proporcionan al cliente es fundamental para su permanencia y superveniencia dentro del mercado; donde los pequeños productores constituyen una parte fundamental en el mejoramiento de la productividad dentro de la economía nacional.

Los recursos que posee un país son la principal fuente para generar y desarrollar un crecimiento económico, considerando los factores de productividad y competitividad, con la finalidad de romper los esquemas tradicionales y definir mejores estrategias y procesos que estén de acuerdo con la el modelo económico actual y poder obtener de esta manera mayores beneficios; y así, consecuentemente mejores niveles de rentabilidad; ya que el desarrollo eficaz y correcto de emprendimientos permiten lograr un mejoramiento continuo, estando a la vanguardia de los cambios a nivel global.

La correcta utilización de los recursos que posee un país, genera gran importancia dentro de la economía, puesto que se busca obtener el mayor bienestar para la calidad de vida de la sociedad en general, donde la adecuada utilización a un nivel óptimo de sus factores de producción radica en obtener el máximo de aprovechamiento y por ende de rendimiento; ya que la relación que existe entre la producción total y la cantidad de recursos utilizados genera un mayor nivel de productividad y competitividad a largo plazo, debido a que la combinación adecuada de cada uno de los recursos genera una sinergia aumentada para incrementar constantemente las posibilidades de crecimiento y desarrollo económico.

Desde la perspectiva de la utilización adecuada de los recursos que tiene un país, predice, que aquellas economías con abundantes recursos tienden a presentar un menor crecimiento económico, que aquellas que tienen escasos recursos, principalmente recursos naturales, afectando de manera negativa al crecimiento económico y a factores de producción de importancia, siendo pues el capital humano un factor de suma importancia ya que en el largo plazo se aprovecha de las externalidades positivas que este provee, además de los efectos que este puede tener en la productividad (Meza, Barrón y Urciaga, 2012, p.96).

Los modelos de crecimiento económico implementados dentro de las economías actuales están basado principalmente en prestar mayor atención aquellos sectores que pertenecen a la economía popular y solidaria debido a que las oportunidades de generación de ingresos a través de sus emprendimientos, durante los últimos años ha generado mayor incentivo e impulso para incrementar los niveles de productividad y consecuentemente los de competitividad,, tomando en cuenta que el valor agregado proporcionado al cliente le genera una ventaja competitiva dentro del mercado, incrementando de esta manera su participación.

MODELO INTEGRAL DE PRODUCTIVIDAD, ASPECTOS IMPORTANTES PARA SU IMPLEMENTACIÓN

La productividad dentro de una empresa o negocio es considerada como el principal objetivo para lograr alcanzar los niveles de competitividad deseados, con la finalidad de permanecer en el mercado, considerando que las fuerzas de la competencia, globalización y continuos avances de la tecnología cada vez son mayores; tomando en cuenta que dentro del mercado de productos y servicios la concepción de valor agregado es aquel factor que juega un papel importante dentro de las estrategias empresariales, para crear un modelo de competencia y mejoramiento continuo.

Conseguir grandes niveles de productividad dentro de los negocios, ya sean grandes o micros, lo que se busca es optimizar la productividad a partir de la implementación de estrategias empresariales que fijen sus objetivos en segmentos enfocados a entregar la mayor cantidad de valor agregado a sus clientes con la finalidad de posicionarse no únicamente en el mercado, sino en la mente del consumidor principalmente; consecuentemente lograr incrementar su participación en el mercado, direccionado a la optimización de cada uno de sus recursos.

El Modelo Integral de Productividad, parte de la evaluación de los segmentos estratégicos y de las propuestas de valor con los que la empresa participa en cada segmento, para definir si estos son los adecuados o reorientarlos, en caso de ser necesario. De esta manera se concibe la productividad desde la estrategia, buscando los mejores niveles de desempeño en el mercado, para permitir que toda la empresa trabaje en la consecución de objetivos empresariales, encadenando para ello todos sus procesos. El Modelo Integral determina el nivel de operación óptimo de la empresa, para visualizar los recursos sobrantes o faltantes y tomar acciones para su consecución o para su óptima utilización. Por último, busca la optimización de todos los procesos empresariales mediante una metodología de diagnóstico, buscando así la excelencia (Medina, 2010, p.113).

La creación de valor agregado dentro de cada empresa debe considerarse el principal objetivo de la misma, con el fin de entregar al cliente un producto o servicio de calidad; para lo cual cada empresa debe establecer una cadena de valor adecuada enfocada en el cliente principalmente, considerando establecer estrategias adecuadas involucradas directamente con la razón y el propósito de ser de la empresa, apoyándose en aquellas actividades que mejoren la eficiencia y eficacia de cada acción y actividad realizada, considerando que una actividad que genere valor directamente va a incrementar el valor percibido por el cliente.

Por otro lado, se debe tomar en cuenta que al momento de generar valor para el cliente, la demanda de un determinado producto o servicio se incrementará de manera continua, debido a que la maximización de su valor aumentará sus niveles de competitividad dentro del mercado, es por ello que los procesos internos y externos de las empresas deben estar conectados y entrelazados con la utilización adecuada y óptima de sus recursos con la finalidad de lograr una capacidad de producción óptima de igual manera.

Un modelo de productividad dentro de una empresa no se enfoca únicamente en la utilización del recurso humano, sino también en la optimización que se debe utilizar en la productividad de las herramientas de tecnología, información y comunicación, desarrollando de esta manera niveles de competencia e innovación en cada uno de sus productos o servicios, con la finalidad de posicionarlos dentro del mercado e incrementar sus niveles de ventas y por ende la maximización de sus utilidades.

Se debe considerar que el manejo de un plan estratégico dentro de las empresas incrementa los niveles de productividad, ya que el actuar bajo una metodología de planeación estratégica permite establecer lineamientos de mercadeo, con el objetivo de poseer niveles de producción óptimos y posicionamiento en el mercado, a través de la correcta segmentación del mercado y la correcta gestión tecnológica direccionada a la adecuada toma de decisiones para incrementar sus niveles de competitividad, pero siempre direccionadas al mejoramiento continuo de cada uno de sus procesos y actividades, para maximizar el valor de la empresa en conjunto de una correcta gestión de sus recursos, consiguiendo la optimización de la productividad y competitividad, mediante la formulación y entrega de un proceso de creación de valor y propuesta de valor para los clientes, a través de una gestión estratégica empresarial alineada a los objetivos empresariales.

La propuesta de valor para el cliente posee unos componentes inherentes al producto o servicio (como precio, diseño y rendimiento) y otros complementarios (como marca y servicio al cliente). Por esto, la gestión debe estar orientada a optimizar la transformación de los insumos (costos) en una propuesta de valor que permita los mejores resultados (valor); considerando que la productividad es un objetivo que debe ser planteado desde la estrategia empresarial y se optimiza cuando se consigue la mejor propuesta de valor para el cliente y se orientan todos los recursos y procesos empresariales hacia su consecución y no es un objetivo solamente de los sistemas de producción y operaciones sino de toda la empresa (Medina, 2010, p.116).

Un modelo empresarial enfocado en la productividad presenta una estrategia direccionada a conseguir el nivel óptimo de acción dentro de la empresa y poseer máximo control sobre cada una de las actividades que se ejecutan con la finalidad de optimizar cada uno de los procesos y obtener un crecimiento a nivel empresarial, seguido de un crecimiento en las ventas lo que conduce a que la empresa tenga un desarrollo y crecimiento sostenible, con una participación en el mercado maximizada.

EL IMPACTO DEL COMERCIO JUSTO EN EL DESARROLLO

Los continuos avances de la globalización han inducido a que los procesos que engloban a cada empresa o posible emprendimiento se adapten conforme a la situación que atraviese el país y el mundo entero; con la finalidad de dar lugar a nuevos procesos de innovación avalados en las diferentes certificaciones para poder competir en un mercado bajo estándares de carácter económico, político y social.

Las iniciativas actúan como mecanismos de gobernanza que tienen la capacidad de regular las acciones de las empresas transnacionales en el espacio internacional, mediante sistemas de

certificación y del uso de sellos de identidad, las iniciativas pretenden garantizar al público consumidor el cumplimiento de normas sociales y ambientales durante los procesos de producción y comercialización de los productos; entre los diferentes sistemas de certificación voluntaria, el sello Comercio Justo cuenta con los más estrictos estándares de carácter social, lo que le ha permitido lograr un muy buen posicionamiento entre diferentes sectores de la sociedad, especialmente en nichos de consumidores socialmente responsables (Garza, 2014, p.275).

El Comercio Justo dentro del ámbito competitivo y comercial busca crear sistemas económicos que impulsen la producción y comercialización de bienes y servicios, con la finalidad de incrementar los márgenes y niveles de rentabilidad a nivel empresarial y de país; por otro lado busca colaborar al impulso de proyectos o emprendimientos de sectores vulnerables, mejorando de esta manera la calidad de vida y subsistencia de los mismo, además de incluirlos dentro del sistema económico como un actor fundamental para el desarrollo y crecimiento del país.

Es importante considerar que el comercio justo es una herramienta a través de la cual se puede incluir a diferentes actores que apoyen y motiven el desarrollo económico y social del país, aunque existen actualmente grandes poderes monopólicos que se encuentran controlando gran parte del mercado nacional e internacional, esta herramienta permite controlar las fuerzas del mercado en gran proporción sin afectar a los intereses de los sectores más vulnerables; también corrige posibles errores en cuanto a las fluctuaciones del mercado a través de la implementación de certificaciones que brindan el apoyo a pequeños productores para incursionar en un mercado más global comercializando productos y servicios de manera más competitiva y responsable.

Las organizaciones de Comercio Justo buscan también desarrollar las capacidades de los productores para que se vuelvan competitivos y que afronten las adversidades que presenta el actual modelo capitalista. Por consiguiente, se busca mejorar las condiciones de vida de los productores,

no solo mediante la creación de una red de comercio alternativo, sino a través de la participación de los mismos productores organizados. Desde este punto de vista se puede suponer que existe una relación entre la certificación de los productores y su desarrollo económico y social (Garza, 2014, p.281).

El Comercio Justo dentro del ámbito económico promueve a los pequeños productores bajo ciertos principios y certificaciones establecidas para competir dentro del mercado, de esta manera impulsando un panorama de competencia justa que favorece aquellos productores con la finalidad de poder posicionarlos en el mercado de manera adecuada, asegurando repercusiones positivas en el desarrollo económico y social de los productores, ya que el esquema del comercio justo influye de manera significativa en el económico de un país, debido a que considera al conocimiento como eje fundamental para conseguir el desarrollo en base a las competencias direccionadas a la mejora continua y consecuentemente a mejorar la calidad de los productos o servicios que se encuentren en el mercado, en relación al factor diferenciador como eje principal.

Sin embargo, bajo el precepto de crear un sistema alternativo que sustente un comercio justo dentro de una sociedad de manera más equitativa y transparente aprovechando de manera óptima cada uno de los recursos del país con la finalidad de crear nuevas oportunidades de negocios que impulsen la productividad y competitividad del comercio, bajo condiciones favorables a través de las cuales se pueda establecer una economía justa y conjuntamente mejorar las condiciones de vida de toda una población.

Las entidades relacionadas con el comercio justo dentro de cada país buscan aquellas alternativas que le permitan al país desarrollarse e incursionar en nuevos mercados, llevando a cabo una serie de planes y proyectos que generen una ventaja competitiva dentro de los mercados principalmente nacionales y luego internacionales. La red de comercio justo ofrece nuevas

oportunidades de desarrollo, con la finalidad de maximizar el valor de la economía desde otra perspectiva, sin embargo, en la actualidad existen grandes desafíos y obstáculos que impide el continuo desarrollo, para lo cual los pequeños productores al momento de incursionar en nuevos mercados deben considerar dar un valor agregado a su producto o servicio con el objetivo de que sea competitivo en el ámbito nacional e internacional.

LA PRODUCTIVIDAD COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD PARA LAS PYMES

El potencial de las pequeñas y medianas empresas es fundamental para el crecimiento y desarrollo de la economía, debido a que este sector representa una nueva fuente de trabajo y generadoras de empleo, disminuyendo así los índices de subempleo y desempleo con la finalidad de poder incursionar en nuevos mercados, tomando en cuenta que el sector de los negocios es muy dinámico debido a las fuerzas del mercado como la competencia, la oferta, la demanda, los clientes, entre otros; para lo cual el desarrollo de sus procesos productivos es el eje principal para el crecimiento y superveniencia de las empresas en el mercado.

Existen dos indicadores que miden la competitividad de los países; el desarrollado por el IMD (International Institute of Management Development), que define el ranking y analiza como el entorno de una nación crea y sostiene la competitividad de las empresas, utilizando para ello 331 criterios, aplicados en 55 países. Los criterios que utiliza el indicador IMD, están divididos en cuatro grandes factores que son: desempeño económico, eficiencia de los negocios e infraestructura y eficiencia del gobierno. De otro lado, el World Economic Forum, desarrolló el ranking competitivo de las naciones con su indicador denominado “Growth Competitiveness Index”, el cual establece la capacidad que tiene un país de lograr el sostenimiento del crecimiento económico en el mediano y largo plazo (Aguilar, 2009, p.248).

La perspectiva en base a los niveles de competitividad se relaciona directamente con la planeación estratégica que un negocio o emprendimiento posea, considerando las metas, estructuras básicas de organización e integración dentro y fuera de la empresa, la capacidad de integración; con la finalidad de conseguir el mayor nivel de eficacia, desarrollando nuevos procesos que le permiten a la empresa mejorar sus rendimientos para lograr conseguir eficiencia, eficacia, flexibilidad y calidad en cada una de sus actividades y por ende en el valor que se le entrega al cliente.

Los niveles de competitividad refleja de alguna manera el nivel de productividad que posee la empresa al momento de utilizar el capital humano, financiero y natural principalmente, con los que la empresa se puede desempeñar de manera productiva con la finalidad de poder ofertar un producto en el mercado y de esta manera satisfacer los requerimientos y necesidades de los consumidores; es por ello que se considera que la productividad depende del valor de los productos o servicios medidos y valorados a través del posicionamiento que poseen en el mercado; lo cual refleja que el incremento de la competitividad se mida a través del grado de productividad que posea una empresa.

Sin embargo el desarrollo y crecimiento económico depende del establecimiento de cierto parámetros a través de los cuales se logre fijar condiciones y estrategias necesarias para lograr un crecimiento sostenible en base a la productividad y competitividad lograda; considerando que la productividad de un país es establecida a partir de la productividad de cada una de las empresas que operan dentro del mismo, por lo que el sector económico de un país es considerado competitivo dentro del margen de competencia que presentan las empresas ya sean estas nacionales o internacionales.

La baja sofisticación de las empresas conduce a improductividades de variada naturaleza. Se habla de improductividades cuando se presenta poca incorporación de valor agregado por estrategias empresariales deficientes, así como por la presencia de desperdicios y la generación de costos innecesarios. Se hace entonces imprescindible que las empresas comiencen un proceso de mejoramiento en su gestión, de tal manera que logren un incremento en su productividad, debido a que es tal vez la forma más expedita y sencilla de lograr incrementar su competitividad (Aguilar, 2009, p.252).

Se torna de vital importancia poner mayor atención a los aspectos internos de las empresas, es decir, aquellos que tengan que ver con la administración y gestión de cada uno de sus recursos, con la finalidad de crear procesos que sean productivos para la empresa en la realización de cada una de sus actividades, y así poder reducir costos y tiempos innecesarios y de esta manera poder incrementar sus niveles de productividad y consecuentemente los niveles de competitividad, vinculados directamente a obtener el mejoramiento continuo de la empresa y sus procesos; para lo cual se debe proporcionar de herramientas adecuadas que les permita establecer las estrategias adecuadas, lo que permite conseguir el mejoramiento de la productividad respecto a otros negocios del mismo sector y en el mismo mercado al cual se encuentran enfocados, cerrando brechas que generen grandes inconvenientes dentro de las mismas.

EL COMERCIO JUSTO: ¿UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO LOCAL?

En el contexto de un sistema económico y social, el comercio justo es considerado una herramienta fundamental para establecer los lineamientos y políticas que permitan rediseñar las prácticas comerciales de manera equitativa y justa, considerando establecer relaciones comerciales no únicamente a nivel nacional, sino considerar expandirse e incursionar en mercados

internacionales. Aquellas prácticas comerciales deben encontrarse estructuradas bajo un marco de transparencia, ya que el acceso a diferentes mercados permite la difusión de la marca e información de nuevos productos lo que contribuya a establecer mejores lazos de comunicación entre productores y consumidores, fomentando la solidaridad entre los mismos.

Los criterios básicos del comercio justo son el establecimiento de una relación directa entre productores y consumidores; la cancelación en lo posible de intermediarios y especuladores; la aplicación de un precio justo y estable que permita al productor y su familia vivir dignamente; la autorización de un financiamiento parcial antes de la cosecha; el establecimiento de contratos a largo plazo basados en el respeto mutuo y de valores éticos, cómo la búsqueda del bien común, de la equidad, y del cuidado del medio ambiente. Este conjunto de características conduce no sólo a establecer un precio que alcance para satisfacer las necesidades de los productores, sino también a crear las condiciones para un desarrollo sustentable (García, 2011, p.106).

El factor principal para conseguir impulsar la transparencia total en el sector comercial es el comercio justo, ya que se fundamenta principalmente en establecer precios justo tanto para los productores como compradores, bajo el establecimiento de ciertos estándares de calidad; además de establecer condiciones favorables de trabajo y protección al medio ambiente. Consecuentemente el comercio justo es considerado una herramienta importante para el cambio y desarrollo de la economía, ya que se enfoca en corregir los errores que ha generado el sistema capitalista dentro de la sociedad, buscando establecer mejores modelos de comercialización de la producción nacional con miras a involucrarse en un mercado internacional, y de esta manera generar mayores ingresos para el país en general.

El comercio justo gira alrededor de buscar la equidad entre cada uno de los ciudadanos, con la finalidad y el objetivo de mejorar la calidad de vida de cada uno de los actores, para lo cual se le

considera como la herramienta principal para lograr conseguir un desarrollo sustentable y sostenible en cuanto a la economía del país, y establecer un ambiente comercial más justo y solidario entre productores y consumidores, donde las relaciones comerciales entre diferentes organizaciones se orienten en el desarrollo, reduciendo los niveles de desempleo y subempleo; y consecuentemente disminuir los niveles de pobreza.

Los sistemas económicos con el paso de los años se han regido a un comercio basado en el sistema capitalista, donde se considera un comercio injusto, debido a que los lineamientos y parámetros de comercialización son inequitativos, por lo que dependen en el sector económico en el que se desenvuelvan; además del cambio en cuanto a los estándares de comercio internacional, con la finalidad de conseguir mayores beneficios para los productores y en general para la producción nacional, sin que está se vea afectada.

Los principios que engloban al comercio justo se rigen a establecer la equidad y transparencia en las relaciones e intercambios comerciales; los cuales sustentan el crecimiento y desarrollo económico del país en beneficio de los países en vías de desarrollo, para de esta manera lograr establecer un sistema de equidad en el comercio internacional, considerando que esta herramienta protege principalmente a los sectores más vulnerables otorgándoles el acceso y participación en la economía a través de una red de seguridad comercial que les permita conseguir una autosuficiencia económica, además de brindarles la autoridad de influir en mayor proporción en las decisiones de sus organizaciones en favor de impulsar el comercio internacional, considerando a la producción y comercialización de bienes y servicios de los pequeños productores como eje fundamental para constituir una economía social y solidaria, donde los principios de justicia, equidad y transparencia sean la base para redistribuir la economía de manera equitativa.

Un factor de acercamiento entre desarrollo local y comercio justo radica en el hecho de que ambos conceptos tienen como objetivo común mejorar las condiciones de vida de las comunidades a través de la participación de los actores que se encuentran en la base de la organización comunitaria (productores, mujeres, grupos marginados) y la rearticulación de relaciones de intercambio comercial. Asimismo, los dos conceptos analizan la conformación de redes productivas y comerciales, locales, regionales e internacionales; donde el término economía social y solidaria designa a un conjunto de iniciativas económicas con finalidad social, que se involucran en la construcción de una nueva forma de vivir y sitúa al individuo en el centro del desarrollo económico y social (García, 2011, p.122).

La participación que ha tomado el comercio justo en los sistemas económicos actuales, es significativa debido a que se busca establecer nuevas reglas que rijan el movimiento del mercado de manera equitativa y transparente, ya que esta nueva herramienta se considera un modelo de desarrollo económico y social que permite potencializar aquellas áreas y sectores más vulnerables como un elemento fundamental para el desarrollo en el crecimiento económico, impulsando la productividad y consecuentemente la competitividad, con la finalidad de aumentar el volumen de intercambio comercial justo, ya sea nacional o internacional.

2.4. MARCO CONCEPTUAL

COMERCIO JUSTO

El modelo propuesto por el Comercio Justo ofrece un sistema comercial en el que productores, comerciantes y consumidores comparten las ganancias de manera más igualitaria. Así, el Comercio Justo pretende aumentar tanto los ingresos como las posibilidades de elegir de los grupos

productores, y de manera más general, contribuir a atenuar la pobreza del Sur y devolver la dignidad a los productores. El Comercio Justo se basa en las capacidades de los productores, por eso las comunidades juegan un papel muy importante a la hora de contribuir a su propio desarrollo. Para conseguir estas metas, el Comercio Justo brinda a los productores marginados un mercado protegido y les ayuda a potenciar las capacidades y conocimientos necesarios para entrar en el mercado convencional de las exportaciones (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2012, p.8).

El Comercio Justo es una asociación de comercio, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye a un desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores y trabajadores marginados, especialmente en el Sur. Las organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por los consumidores, están implicadas activamente en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional (Galeno, 2006, p.7).

COMPETITIVIDAD

La competitividad es una medida de la capacidad inmediata y futura de los industriales de diseñar, producir y vender bienes cuyos atributos en términos de precios y más allá de los precios se combinan para formar un paquete más atractivo que el de productos similares ofrecidos por los competidores: el juez final es entonces el mercado, donde se toma en cuenta tanto la eficiencia (alcanzar las metas al menor costo posible) como la efectividad (alcanzar los objetivos correctos). Es la elección de las metas a nivel industria la que es crucial. La competitividad incluye tanto los fines como los medios utilizados para alcanzar esos fines (Salim y Carbajal, 2006).

La competitividad es lo que permite a una empresa ser exitosa en el mundo en que se desenvuelve. Una empresa es competitiva cuando logra desarrollar productos y servicios cuyos costos y calidades son comparables o superiores a los de sus competidores en el resto del mundo. De aquí que la competitividad sea una característica de las empresas y que en un sector industrial o país puedan coexistir distintos grados de competitividad. A partir de esto, uno podría llegar a concluir que la competitividad es un asunto que sólo interesa y debe interesar a las empresas. Sin embargo, la realidad difícilmente podría ser más contrastante (Rubio y Baz, 2004, p.5).

La competitividad dentro del enfoque macroeconómico, es considerada como la capacidad que posee una economía para lograr resultados, los mismos que se encuentran direccionados al mejoramiento de la calidad de vida, nivel de vida y bienestar social; es por ello que la competitividad es el conjunto de las competencias comerciales que poseen las empresas dentro de un país, con el objetivo a largo plazo de colocar sus productos y/o servicios en un mercado internacional y no conformarse únicamente en la comercialización a nivel nacional.

La competitividad ha pasado de las ventajas competitivas que se centraban solo en los recursos tangibles a concentrarse en las ventajas competitivas intangibles como la innovación y la gestión del conocimiento, apoyada básicamente en el capital humano. Por lo anterior, es necesario analizar los conceptos de dos escuelas de negocios de mayor visibilidad en el campo de la competitividad –el World Competitiveness Center y el Institute for Strategy and Competitiveness, ISC–, que tratan de evaluar y medir la competitividad de las naciones a través de unos índices agregados, que incorporan una multitud de factores de competitividad, tanto microeconómicos como macroeconómicos. Estas escuelas postulan lo siguiente:

- *World Competitiveness Center*⁵ (WCC), determina que es el ambiente competitivo de las naciones el que crea y mantiene la competitividad de las empresas, las cuales al final

asumen la función de crear bienestar; teniendo en cuenta la intervención del Gobierno en las decisiones económicas de los países.

- *Institute for Strategy and Competitiveness* (ISC), los pilares de la competitividad son: instituciones, infraestructura, macroeconomía, salud y educación primaria, alta educación y capacitación, eficiencia en el mercado de trabajo, sofisticación en el mercado financiero, disponibilidad de tecnologías, tamaño del mercado, sofisticación de los negocios e innovación (Burrano, González y Moreno, 2011).

La competitividad refleja la cuota de mercado que una empresa alcanza dentro de un determinado momento, relacionado directamente con el nivel de demanda que determina cuáles son aquellos productos y/o servicios que las empresas deben ofertar en el mercado; es por ello que la competitividad es el conjunto de factores que permite a las empresas competir dentro del mercado.

La competitividad como eficiencia refleja en la relación materia prima/producto, es decir, en la capacidad de la empresa para transformar materias primas en productos con un rendimiento máximo. Tiene en cuenta factores como precio, calidad, tecnología, salarios y productividad. Esta competitividad es reconocida desde el ex ante, es decir, un método de desempeño de las empresas que se traduce en las técnicas que utilizan; por lo cual la competitividad se refiere al productor, que elige las técnicas sometido a las restricciones que le impone su capacidad tecnológica, financiera y comercial. Las formas de competir están cambiando permanentemente por los avances tecnológicos y por las innovaciones. Las características de la economía en su conjunto y del sector al que pertenece la empresa inciden en la competitividad. Sostiene, por tanto, que es un error pensar que en ellas los costos de los productos son un factor básico, ya que las estrategias empresariales recurren a otros atributos del producto como calidad, nivel de educación de la demanda, servicios

posventa y todo aquello que diferencie técnica y comercialmente el bien (Burrano, González y Moreno, 2011).

A un determinado producto o servicio es importante considerar incorporarle dentro de sus características nuevos procesos de difusión, adaptación tecnológica y creación, debido a que no únicamente se debe incluir a la innovación, ya que las condiciones de producción pueden afectar a los procesos de aprovisionamiento, distribución y comercialización. Por lo tanto, las empresas deben combatir las nuevas exigencias de los continuos cambios y la globalización de las economías y mercados, a través de una organización y modernización direccionada a la calidad, flexibilidad, eficiencia y velocidad de respuesta.

La competitividad contiene elementos de productividad, eficacia y rentabilidad, pero no constituye un fin ni un objetivo en sí misma. Es un medio poderoso para alcanzar mejor calidad de vida y mayor bienestar social; una herramienta para aumentar la productividad y la eficacia. La competitividad tiene unos determinantes sistémicos que se relacionan con el contexto económico y social del país, y afectan de manera directa a las empresas y sectores, puesto que consideran variables macroeconómicas, políticas y económicas del país, infraestructura, entre otras. Algunos de estos determinantes son:

- *Ambiente competitivo*, instrumentos básicamente regulatorios: defensa de la competencia y del medio ambiente, comercio exterior, transacciones internacionales.
- *Externalidades a la competitividad*, condiciones de infraestructura, de transporte, energía y comunicaciones, cualificación de mano de obra, educación básica y superior.
- *Políticas de corte horizontal*, abarcan tanto las políticas económicas del país (monetaria, fiscal, cambiaria), como los estímulos otorgados por el Gobierno para la investigación y el desarrollo (Burrano, González y Moreno, 2011).

Considerar una serie de factores dentro de la competitividad de alguna manera conduce a la productividad direccionada al mejoramiento de la calidad de vida no solamente de los empresarios sino de toda la ciudadanía, promoviendo el emprendimiento con la finalidad de desarrollar el verdadero crecimiento a mediano y largo plazo.

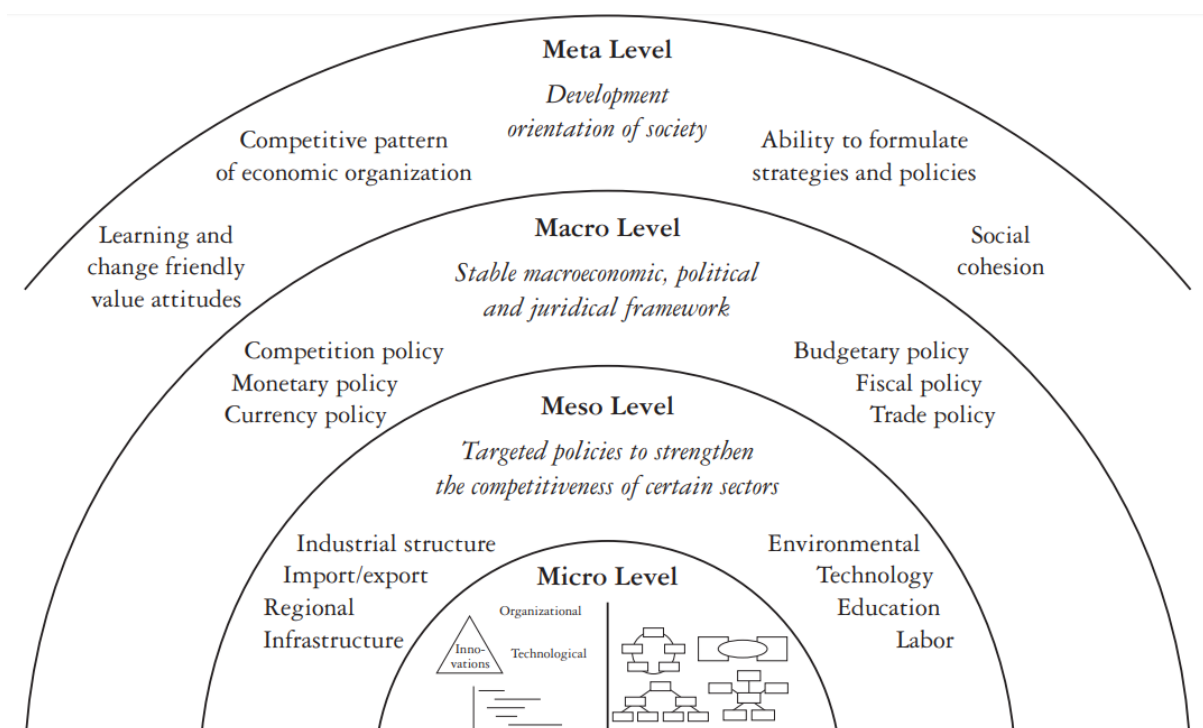


Figura 32. Competitividad Sistémica

Fuente: (Lombana y Rozas, 2009)

El concepto de competitividad sistémica constituye un marco de referencia tanto para los países desarrollados como para los que están en vías de desarrollo. La inclusión de estos niveles y la importancia que se les otorga a las interrelaciones entre estos nos permiten determinar que la competitividad de la empresa surge al generar un patrón de interacción entre la dinámica del Gobierno, las compañías, las instituciones intermediarias y la capacidad organizativa de una

sociedad, por lo que desde este enfoque resultaría insuficiente considerar únicamente el nivel micro (Saavedra, 2017, p.109).

Debe considerarse que el enfoque de la competitividad es responsabilidad de toda una sociedad, debido a lo cual se debe al desempeño obtenido de la suma de los esfuerzos de los ciudadanos junto a las empresas que se encuentran conformando la nación dentro de un entorno idóneo; permitiendo optimizar los recursos y procesos con la finalidad de abarcar mercados nacionales e internacionales en condiciones óptimas.

La competitividad empresarial se deriva de la ventaja competitiva que tiene una empresa a través de sus métodos de producción y de organización (reflejados en precio y en calidad del producto final) con relación a los de sus rivales en un mercado específico. La clave de la competitividad son los recursos críticos que permiten alcanzar ventajas competitivas sostenibles en el tiempo y apropiarse de las rentas generadas, por lo tanto, será indispensable identificar estos en las Pymes. Los indicadores de competitividad empresarial para una pyme son tecnología, innovación, calidad, investigación y desarrollo, recursos humanos, recursos financieros y logística (Saavedra, 2017, p.103).

El propósito de determinar el índice de productividad de las Pymes se fundamenta en torno a la existencia de varias variables que pueden aportar para que estas empresas se encuentren en mejores posibilidades para penetrar en nuevos mercados o incrementar su participación y de esta manera poder fortalecer su permanencia dentro de un determinado mercado.

La competitividad de cada empresa depende de sus propias estructuras internas, es decir, de su organización y capacidad para producir de una manera tal que pueda elevar sus ventas y ganarles a sus competidores en distintos ámbitos. Sin embargo, hay una infinidad de factores externos que determinan su capacidad de competir. Una empresa puede ser la más productiva y

tecnológicamente exitosa en su ámbito interno, pero si las condiciones externas le imponen diversos costos, su competitividad acaba siendo limitada. Para competir, las empresas tienen que contar con un entorno físico, legal y regulatorio que contribuya a reducir costos y elevar su productividad. Justamente son éstas las consideraciones que animan el texto que el lector tiene en sus manos. En un mundo globalizado, la capacidad de competir lo es todo, pues de esa capacidad se deriva la creación de riqueza, el crecimiento económico y, por lo tanto, la creación de empleos y la mejoría en los niveles de vida de una población. En la medida en que una sociedad es más productiva, la capacidad de competir será mayor; es por eso que hablar de competitividad implica necesariamente hablar de productividad (Rubio y Baz, 2004).

Es importante considerar que las empresas son competitivas como resultado de la combinación de sus fortalezas y el aprovechamiento de sus oportunidades dentro del entorno en el que operan o se desarrollan, de acuerdo con las medidas que sean relevantes dentro del ámbito en el que se desarrollan; tomando en cuenta que las empresas compiten en función de los productos y/o servicios que elaboran con la finalidad de satisfacer las necesidades de sus clientes y cuyo éxito depende de la eficiente utilización de sus recursos y la eficiencia de sus procesos productivos, considerando la calidad de sus productos y la política de precios de los mismos.

Tabla 3

Dimensiones de la competitividad empresarial

Variables	Dimensiones	Indicadores
<i>Factores internos</i>	Calidad	Certificaciones Política de calidad Diferenciación

Continúa →

Variables	Dimensiones	Indicadores
<i>Factores internos</i>	Comercialización	Disponibilidad de insumos
		Inventario eficiente
		Interacción clientes - proveedores
		Precios competitivos
		Servicio al cliente y publicidad
		Canales de distribución
		Acceso a nuevos mercados
		Márgenes de utilidad
	Innovación	Desarrollo de nuevos productos y/o servicios
		Ventaja competitiva
		Presupuesto destinado a innovación y desarrollo
Talento Humano	Preparación y formación del personal	
	Inversión destinada a acciones de capacitación	
	Frecuencia de capacitaciones	
Tecnología	Instalaciones y equipamiento	
	Mejora continua	
	Adquisición y actualización de tecnología	
	Proceso tecnológico flexible e innovador	
	Regulación de la competencia	
<i>Factores externos</i>	Mercado	Oportunidades de financiamiento
		Estabilidad del contexto macroeconómico
	Normas y reglamentos técnicos	Conocimiento de la normatividad y el reglamento
		Políticas específicas de promoción de su negocio

De la competitividad conjunta de las empresas dependerá la estabilidad sostenida de los ambientes competitivos micro y estos, a su vez, generarán las condiciones para las empresas de manera cíclica. Es así como la sostenibilidad se convierte en el segundo pilar de la definición que da el dinamismo al potencial competitivo. Cuando las empresas crean valor, con un ambiente competitivo estable, pueden generar la agregación que les genere réditos sostenibles, que finalmente generen impacto en el desarrollo económico de la región (Lombana y Rozas, 2009, p.23).

El desarrollo competitivo dentro de un mercado para las empresas es uno de los principales factores para poder incrementar su participación de mercado y poder permanecer combatiendo a las fuerzas de la competencia y diversos factores externos que influyen en los niveles de competitividad que desarrolla una empresa; considerando diversos criterios de competitividad tecnológica, innovativa y de desarrollo principalmente.

Llevar a cabo un análisis de competitividad, permite conocer de forma detallada lo que está pasando a nivel interno y externo de la organización. Darse cuenta de las diferentes oportunidades y amenazas (externo); de las debilidades y fortalezas (interno) que la empresa tiene, es vital para entender cómo se debe proyectar a futuro y cómo se debe actuar para alcanzar las metas de manera efectiva y eficiente. Lo anterior es conocido generalmente como un análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas, Amenazas), y en él se resume el estudio de los factores externos e internos que afectan la competitividad de la empresa. Una empresa competitiva, es aquella que es capaz de reaccionar de manera rápida y acertada ante los cambios repentinos del mercado y esta habilidad se logra a través de la observación de los factores (Vallesteros, 2009).

En la actualidad la importancia de la competitividad radica en la correcta administración de los recursos que posee una empresa, consecuentemente el incremento de los índices de productividad generándole una ventaja competitiva dentro del mercado; lo cual permitirá mejorar la calidad de vida de las empresas y del país.

La competitividad de cada empresa depende de sus propias estructuras internas, es decir, de su organización y capacidad para producir de una manera tal que pueda elevar sus ventas y ganarles a sus competidores en distintos ámbitos. Sin embargo, hay una infinidad de factores externos que determinan su capacidad de competir. Una empresa puede ser la más productiva y tecnológicamente exitosa en su ámbito interno, pero si las condiciones externas le imponen

diversos costos, su competitividad acaba siendo limitada. Para competir, las empresas tienen que contar con un entorno físico, legal y regulatorio que contribuya a reducir costos y elevar su productividad. En un mundo globalizado, la capacidad de competir lo es todo, pues de esa capacidad se deriva la creación de riqueza, el crecimiento económico y, por lo tanto, la creación de empleos y la mejoría en los niveles de vida de una población. En la medida en que una sociedad es más productiva, la capacidad de competir será mayor; es por eso que hablar de competitividad implica necesariamente hablar de productividad (Morales y Pech, 2000).

CRECIMIENTO ECONÓMICO

El crecimiento económico se ha convertido en la religión secular de las sociedades industriales para avanzar, ello se debe esencialmente al hecho de que el crecimiento económico supone una mayor prosperidad, por consiguiente, no es de extrañar que se considere como una medida del bienestar de un país y un objetivo relevante a alcanzar, ya que implica mayor empleo y más bienes y servicios para satisfacer las necesidades. Desde esta perspectiva se considera también el crecimiento económico como una medida de idoneidad de la actividad que está llevando a cabo el Gobierno. Se supone que un mayor crecimiento económico nos indica que se está utilizando una política económica adecuada, por lo que a aquellos países que muestran niveles reducidos de crecimiento se les aconseja modificar su política y seguir las medidas diseñadas por los que presentan niveles más elevados. Sin embargo, esta visión ha sido objeto de críticas que se fundamentan en aspectos relacionados con los problemas de distribución de la renta, costes medioambientales, efectos sociales, etcétera, así como en la necesidad de utilizar los recursos de la forma más adecuada posible para conseguir una prosperidad más sostenible para los individuos (Galindo, 2011, p.39).

El crecimiento económico se mide como el aumento porcentual del producto interno bruto (PIB) o el producto nacional bruto (PNB) en un año. Puede ocurrir de dos maneras: una economía puede crecer de manera "extensiva" utilizando más recursos (como el capital físico, humano o natural) o bien de manera "intensiva", usando la misma cantidad de recursos con mayor eficiencia (en forma más productiva). Cuando el crecimiento económico se produce utilizando más mano de obra, no trae como resultado el aumento del ingreso por habitante; cuando se logra mediante un uso más productivo de todos los recursos, incluida la mano de obra, trae aparejado un incremento del ingreso por habitante y la mejora del nivel de vida, como promedio, de la población. El crecimiento económico intensivo es condición del desarrollo económico (Castillo, 2011, p.3).

DESARROLLO SOSTENIBLE

El desarrollo sostenible no es un estado fijo de armonía, sino un proceso de cambio. Éste está ya en marcha en muchos campos, donde la transición hacia actividades sostenibles está mejorando el desarrollo económico, además de proteger el medio ambiente. La importancia del desarrollo sostenible radica en que este consiste en velar por el mejoramiento de la calidad de vida en toda actividad humana, utilizando para esto solamente lo necesario de los recursos naturales (Castillo, 2011, p.6).

El desarrollo sostenible no es una propiedad sino un proceso de cambio direccional, mediante el cual el sistema mejora de manera sostenible a través del tiempo. Las distintas situaciones y estrategias relacionadas con la sostenibilidad del desarrollo pueden clasificarse de acuerdo con aspectos tales como la calidad de vida, el crecimiento económico material y no material, donde el uso de tecnologías más limpias en procesos productivos se plantea como posible solución a los efectos negativos que las industrias producen en la atmósfera y en los ecosistemas. A fin de

conseguir el tan ansiado desarrollo sostenible, se debe este manejar como una tarea común de los diferentes sectores de la sociedad (de acuerdo con los puntos de vista y las apreciaciones de cada parte). Además, cambiar las formas de consumo y producción insostenibles (García, 2015, p.10).

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO “TODA UNA VIDA” 2017 – 2021

El nuevo Plan Nacional de Desarrollo se articula en el compromiso de la comunidad internacional de Estados soberanos: un compromiso sentado en la idea de caminar juntos hacia objetivos comunes para asegurar una vida digna (a todas las personas, en todo lugar y en todo momento), planificando para “Toda una vida” implica una visión integral e integradora para que nadie, a lo largo de toda su vida, quede fuera o se quede atrás. En diez años, se logró recuperar la planificación para lograr mayor equidad y justicia social, ampliar las capacidades productivas y fortalecer el talento humano. La planificación es el medio a través del cual avanzaremos con pasos firmes hacia el desarrollo (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - Senplades, 2017).

El Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021 busca un Ecuador de equidad y justicia social, con igualdad de oportunidades. Que el futuro de un niño o una niña no esté definido por el lugar o las condiciones materiales donde nació; sino que pueda, con libertad real, usar todo su potencial para alcanzar la vida que desea en armonía individual, social y con la naturaleza. Queremos avanzar hacia una economía social y solidaria, ecologista, basada en el conocimiento y el talento humano, para salir del extractivismo, lograr pleno empleo, alcanzar mayor productividad, y democratizar los medios de producción y la riqueza; para que responda a los intereses colectivos y comunes de toda la población, no de ciertos grupos económicos que corporativamente imponían sus agendas particulares en la institucionalidad pública (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - Senplades, 2017).

El Plan Nacional de Desarrollo, para el período 2017-2021, se organiza en tres Ejes Programáticos y nueve Objetivos Nacionales de Desarrollo, sobre la base de la sustentabilidad ambiental y el desarrollo territorial. El primer eje del Plan, “Derechos para todos durante toda la vida”, establece la protección de las personas más vulnerables, afirma la plurinacionalidad e interculturalidad, plantea el combate a la pobreza en todas sus dimensiones y todo tipo de discriminación y violencia, y garantiza los derechos de la naturaleza. El segundo eje, “Economía al servicio de la sociedad”, plantea consolidar el sistema económico social y solidario, ampliar la productividad y competitividad, generar empleo digno, defender la dolarización, y redistribuir equitativamente la riqueza; además busca garantizar la soberanía alimentaria y el desarrollo rural integral. Finalmente, el tercer eje, “Más sociedad, mejor Estado”, promueve la participación ciudadana y la construcción de una nueva ética social basada en la transparencia y la solidaridad, un Estado cercano con servicios de calidad y calidez, abierto al diálogo social permanente, así como la soberanía y la paz, posicionando estratégicamente al Ecuador en el mundo (Mideros, 2017).

PRODUCTIVIDAD

Uno de los conceptos más relevantes en el análisis de los procesos económicos en la actualidad es el que se refiere a la productividad ya que es central para el crecimiento económico de los países. Con frecuencia se confunden entre sí los términos productividad, eficiencia y efectividad: eficiencia es la razón entre la producción real obtenida y la producción estándar esperada y efectividad es el grado en que se logran los objetivos. En otras palabras, la forma en que se obtiene un conjunto de resultados refleja la efectividad, mientras que la forma en que se utilizan los recursos para lograrlos se refiere a la eficiencia. La productividad es una combinación de ambas, ya que la

efectividad está relacionada con el desempeño y la eficiencia con la utilización de recursos (Felsing y Runza, 2002, p.4).

La productividad es una medida de qué tan eficientemente utilizamos nuestro trabajo y nuestro capital para producir valor económico. Una alta productividad implica que se logra producir mucho valor económico con poco trabajo o poco capital. Un aumento en productividad implica que se puede producir más con lo mismo. El crecimiento de la productividad es la clave para impulsar el crecimiento económico, principalmente en economías con un nivel de desarrollo. De hecho, es común que las economías de ingresos medios enfrenten periodos de bajo crecimiento relacionados con la desaceleración del crecimiento de la productividad que, a su vez, les impide alcanzar los niveles de bienestar de las economías desarrolladas (Galindo y Ríos, 2015, p.3).

Considerando la globalización constante de las economías debido a los continuos avances es importante que las empresas tomen en cuenta la eficiencia del uso de los recursos que poseen y el alcance de la economía; con la finalidad de aumentar los niveles de productividad direccionados principalmente a la permanencia activa en el mercado.

En el ámbito económico, el crecimiento está asociado a diversos aspectos y uno de ellos es la competitividad, que a mi juicio debe empezar por proponer como objetivo prioritario la importancia de la productividad, toda vez que su dinámica releja el uso eficiente o no de los recursos con que cuentan los países, las empresas y los sectores. Esta es una variable fundamental cuyo comportamiento acelera o retrasa la capacidad productiva de una economía; por tanto, contextualizarla, medirla y evaluarla es de primordial importancia para formular políticas que estimulen su desarrollo (Bonilla, 2012, p.159).

$$Productividad\ Global = \frac{Valor\ de\ la\ producción}{Valor\ de\ los\ factores\ empleados}$$

La productividad global de una empresa es considerada como una herramienta de comparación; con la finalidad de mejorar el uso eficiente de los recursos que posee; es por ello que la medición del valor agregado es una técnica diseñada para determinar el desempeño productivo de una organización o sector para facilitar la toma de decisiones y la identificación de áreas problemáticas o prioritarias a mejorarse basándose en el valor agregado (Morales y Masis, 2014, p.42).

Crear una ventaja competitiva dentro del mercado, resulta del aumento de los índices de productividad de las empresas; considerando disminuir las barreras para el crecimiento a largo plazo ya que de alguna manera estas barreras limitan el desarrollo competitivo de las empresas.

REDISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA

La redistribución de la riqueza en el mundo es relativamente reciente. Hasta hace muy pocos años la prioridad era el crecimiento económico, y no se hablaba de la desigualdad. Pero la desigualdad creciente en muchos sectores, no sólo de la renta o ingreso, y la necesidad de hacer frente a los desafíos globales de manera solidaria ha llevado a colocar la redistribución como un punto importante de la agenda internacional (Dubois, 2015, p.19).

Para una correcta redistribución de riqueza, el gasto público debe proporcionar a toda la sociedad bienes y servicios de calidad. Si los sistemas de recaudación de impuestos son justos, podrán recaudar de manera eficiente y sostenible los fondos necesarios para proporcionar esos bienes y servicios. Para ello (en el caso de la región latinoamericana y siempre de acuerdo a la OCDE), habría que ampliar la base impositiva y diversificar las fuentes de ingresos. También se deberá tener en cuenta la magnitud del sector informal (o sumergido) de la economía, pero el

objetivo que ha de buscarse es una redistribución de riqueza de calidad, eficaz y eficiente, que llegue allí donde se previó que llegara (y no a otro lugar) y que, en definitiva, no sea víctima de abusos ni de fraudes de ningún tipo (Luque, 2015, p.9).

VALOR AGREGADO

El concepto de agregado de valor ha cobrado una singular importancia durante los últimos años y hoy sigue instalado como uno de los principales desafíos para la agenda pública. Existen muchas evidencias a nivel nacional e internacional que señalan que para contribuir al desarrollo genuino de los territorios desde la perspectiva económica, social y ambiental se requiere de políticas públicas y estrategias institucionales que promuevan el agregado de valor en las diferentes cadenas productivas. Esto cobra un aspecto relevante y estratégico si lo que se busca es mejorar las condiciones de acceso al mercado para el productor, fomentar la calidad de sus productos y garantizar la seguridad al consumidor (Salvador, 2016, p.75).

En décadas anteriores el objetivo de la gerencia se basaba fundamentalmente en maximizar las utilidades y el patrimonio de los accionistas, pero hoy a raíz de la globalización de la economía obliga a que las empresas se administren de una manera eficiente y eficaz, no sólo con el ánimo de sobrevivir, sino con la convicción de aumentar el valor de la compañía para que sean competitivas; es decir, lo fundamental es la creación de valor para los accionistas en las empresas, pero para esto es necesario considerar no solo el beneficio, sino también el costo que se ha incurrido para la generación de ese beneficio. Si el beneficio es mayor que el costo de capital promedio ponderado de los recursos usados, se puede decir que se ha creado valor (Ramírez, Carbal y Zambrano, 2012, p.157).

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍAS

3.1. DISEÑO METODOLÓGICO

El diseño metodológico, conlleva a esquematizar los distintos procedimientos, estrategias y su forma de operacionalización con la finalidad de alcanzar los objetivos de investigación planteados; para lo cual es importante llevar a la práctica los pasos generales que sustentan al método científico, a través de la planificación de las actividades continuadas y organizadas donde se localizan las pruebas que se deben ejecutar y las técnicas para recolectar la información y consecuentemente analizar los datos.

Se considera que el diseño metodológico básicamente se refiere al plan o estrategia que se establece para llevar a cabo la investigación; debido a que se considera el tipo de metodología para recabar la información, probar hipótesis y alcanzar los objetivos establecidos previamente en base al tipo de método seleccionado.

Dentro de la metodología de la investigación, la teoría hace referencia a una explicación de un fenómeno natural o social para comprobarlo, el método utilizado son las formas de ordenar, sistematizar el fenómeno (tratar de descubrir aplicando los pasos del método científico) y la técnica que es la forma de aplicación de las cosas o la forma de obtener la información y analizarla (Sandoval, 2016, p.56).

Tabla 4*Diseños o tipos de investigación*

Tipo	Descripción	Técnicas
<i>Descriptiva</i>	Consiste en a través de describir de forma exacta las actividades, procesos y objetivos, conocer las circunstancias, situaciones y actitudes predominantes.	Encuesta y observación.
<i>Exploratoria</i>	Se efectúa sobre un tema que no es conocido, es poco estudiado o desconocido.	Grupos focales, entrevista, técnicas proyectivas.
<i>Causal</i>	Su objetivo es obtener evidencia entre la relación causa y efecto.	Causa – efecto.
<i>Concluyente</i>	Diseño cuyo objetivo principal es facilitar la toma de decisiones al analizar y evaluar la mejor acción ante una situación dada.	Mix entre descriptiva y causal.

Fuente: (Mantilla, F., 2015)

El principal objeto de la investigación descriptiva es describir algo, por lo general características o funciones del mercado. La investigación descriptiva se realiza para describir las características de grupos relevantes, como consumidores, vendedores, organizaciones o áreas de mercado, determinar el grado en el que se asocian las variables, realizar pronósticos específicos, entre otros. La investigación descriptiva, en contraste con la investigación exploratoria, está marcada por el establecimiento claro del problema, una hipótesis específica y necesidades de información detallada (Malhotra, 2008).

El presente trabajo de investigación abarca una investigación descriptiva, la misma que consiste en conocer una serie de situaciones, costumbres y actitudes sobresalientes a través de una descripción concreta de actividades, procesos, objetos y personas; con la finalidad de identificar las relaciones que existente entre dos o más variables de estudio.

3.2. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede. Tras el estudio de la asociación o correlación pretende, a su vez, hacer inferencia causal que explique por qué las cosas suceden o no de una forma determinada (Pita y Pértegas, 2002, p.77).

Este tipo de investigación principalmente se enfoca en recoger, procesar y analizar datos numéricos o cuantitativos sobre variables previamente determinadas; con la finalidad de darle una connotación más allá de un simple listado de datos, ya que los mismos muestran un resultado final, tomando en cuenta que se encuentran en total consonancia con las variables que se detallaron en un principio y los resultados obtenidos, para de esta manera poder manifestar una realidad específica en un determinado tiempo y dependiendo de la situación a la cual se encuentran sujetos.

La investigación o metodología cuantitativa es el procedimiento de decisión que pretende señalar, entre ciertas alternativas, usando magnitudes numéricas que pueden ser tratadas mediante herramientas del campo de la estadística. Por eso la investigación cuantitativa se produce por la causa y efecto de las cosas. Para que exista metodología cuantitativa se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación cuya naturaleza sea representable por algún modelo numérico ya sea lineal, exponencial o similar (Fernández, 2014, p.92).

La investigación cuantitativa es un método de investigación basado en los principios de investigación metodológicos del positivismo y neopositivismo y que adhiere al desarrollo de los estándares de diseño estrictos antes de iniciar la investigación. El objetivo de este tipo de

investigación es estudiar las propiedades y fenómenos cuantitativos y sus relaciones para proporcionar la manera de establecer, formular, fortalecer y revisar la teoría existente. La investigación cuantitativa desarrolla y emplea modelos matemáticos, teorías e hipótesis que competen a los fenómenos naturales; considerando que es aquella en donde se recogen los datos cuantitativos sobre las variables, estudiando la asociación o relación entre las variables cuantificadas (Rosales, 2012, p.62).

El enfoque de la investigación cuantitativa proporciona la posibilidad de generalizar los resultados obtenidos de manera más amplia, otorgando el control sobre el fenómeno de estudio, al momento de realizar el conteo y las magnitudes de este; por otro lado, esta investigación ofrece una gran posibilidad de demostración sobre determinados puntos dentro de las variables de estudio, además que facilita la obtención de resultados y su comparación.

La investigación cuantitativa asume una postura objetiva, genera datos numéricos para representar la situación, empleando conceptos preconcebidos y teorías para determinar qué datos van a ser recolectados, mediante el empleo de métodos estadísticos para analizar los datos e infiere más allá de los datos, a través de procedimientos de inferencia estadística para generalizar las conclusiones de una muestra a una población definida, por lo tanto se considera que es confirmatoria, inferencial y deductiva (Orellana, 2016, p.26).

Etapas de la investigación cuantitativa

La investigación es un proceso constituido por diversas etapas, pasos o fases, interconectadas de manera lógica y dinámica. La investigación es un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno. El proceso cuantitativo es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar o eludir” pasos, el orden es riguroso, aunque

desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea, que va acotándose, y una vez delimitada se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen las hipótesis y determinan variables; se desarrolla un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas (con frecuencia utilizan métodos estadísticos), y se establece una serie de conclusiones respecto de la(s) hipótesis (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p.4).

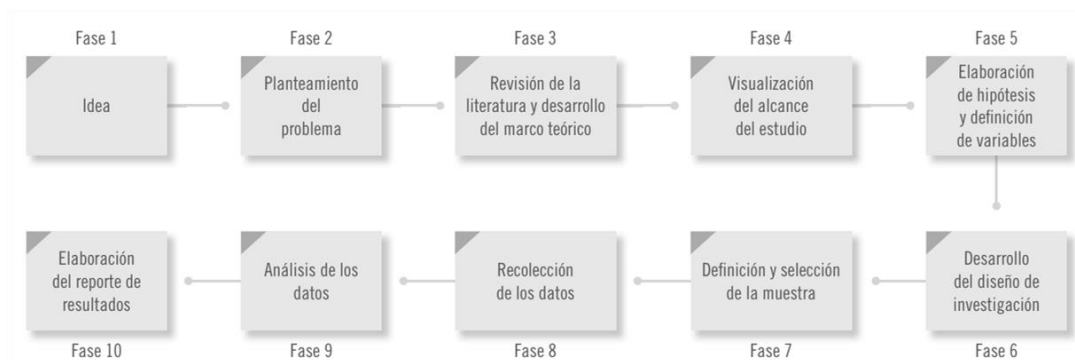


Figura 33. Etapas de la Investigación Cuantitativa

Fuente: (Hernández, Fernández y Baptista, 2010)

Fase 1. Idea

La idea es el inicio de un trabajo de investigación. Es lo que nos permite visualizar aquello que queremos indagar, materializar o lograr. Las ideas pueden ser espontáneas o surgir como resultado de hacer conexiones con otras vivencias cotidianas de nuestra práctica profesional diaria. En muchas ocasiones las ideas están latentes en nuestro cerebro y se materializan cuando escuchamos un comentario, vemos una película o inclusive cuando soñamos estando dormidos. Ninguna idea por vaga que ésta sea debe subestimarse, ya que puede convertirse en un trabajo de investigación por demás gratificante.

Fase 2. Planteamiento del problema

El problema debe expresar una relación entre dos o más conceptos o variables, además el problema debe estar formulado como pregunta, claramente y sin ambigüedad; considerando que debe implicar la posibilidad de realizar una prueba empírica, es decir, la factibilidad de observarse en la “realidad única y objetiva”. La función del planteamiento del problema consiste en revelar al investigador si su proyecto de investigación es viable, dentro de sus tiempos y recursos disponibles.

Fase 3. Revisión de la literatura y desarrollo del marco teórico

Consiste en detectar, consultar y obtener la bibliografía y otros materiales útiles para los propósitos del estudio, de los cuales se extrae y recopila información relevante y necesaria para el problema de investigación. La revisión de la literatura implica detectar, consultar y obtener la bibliografía (referencias) y otros materiales que sean útiles para los propósitos del estudio, de donde se tiene que extraer y recopilar la información relevante y necesaria para enmarcar nuestro problema de investigación. Esta revisión debe ser selectiva, puesto que cada año en diversas partes del mundo se publican miles de artículos en revistas académicas, periódicos, libros y otras clases de materiales en las diferentes áreas del conocimiento.

Fase 4. Visualización del alcance del estudio

El alcance de una investigación indica el resultado lo que se obtendrá a partir de ella y condiciona el método que se seguirá para obtener dichos resultados, por lo que es muy importante identificar acertadamente dicho alcance antes de empezar a desarrollar la investigación. A continuación, se presentan los cuatro tipos de alcance que puede tener una investigación, explicando cuándo es conveniente aplicar cada uno.

Fase 5. Elaboración de hipótesis

Las hipótesis indican lo que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado. Se derivan de la teoría existente y deben formularse a manera de proposiciones. De hecho, son respuestas provisionales a las preguntas de investigación. Cabe señalar que en nuestra vida cotidiana constantemente elaboramos hipótesis acerca de muchas cosas y luego indagamos su veracidad

Fase 6. Desarrollo del diseño de investigación

Una vez que se precisó el planteamiento del problema, se definió el alcance inicial de la investigación y se formularon las hipótesis (o no se establecieron debido a la naturaleza del estudio), el investigador debe visualizar la manera práctica y concreta de responder a las preguntas de investigación, además de cubrir los objetivos fijados. Esto implica seleccionar o desarrollar uno o más diseños de investigación y aplicarlos al contexto particular de su estudio.

Fase 7. Definición y selección de la muestra

Implica definir la unidad de análisis, con la finalidad de delimitar la población para generalizar resultados y establecer parámetros; considerando que tiene dos tipos de muestras probabilística y no probabilística. La muestra posee técnicas de muestreo permitiendo identificar las unidades de análisis, para precisar el tamaño de la muestra requerido, aplicando el procedimiento de selección y obtener la muestra.

Fase 8. Recolección de datos

Una vez que seleccionamos el diseño de investigación apropiado y la muestra adecuada (probabilística o no probabilística), de acuerdo con nuestro problema de estudio e hipótesis (si es que se establecieron), la siguiente etapa consiste en recolectar los datos pertinentes sobre los atributos, conceptos o variables de las unidades de análisis o casos (participantes, grupos, organizaciones, etcétera).

Fase 9. Análisis de los datos

El análisis de datos consiste en la realización de las operaciones a las que el investigador someterá los datos con la finalidad de alcanzar los objetivos del estudio. Todas estas operaciones no pueden definirse de antemano de manera rígida. La recolección de datos y ciertos análisis preliminares pueden revelar problemas y dificultades que desactualizarán la planificación inicial del análisis de los datos. Sin embargo, es importante planificar los principales aspectos del plan de análisis en función de la verificación de cada una de las hipótesis formuladas ya que estas definiciones condicionarán a su vez la fase de recolección de datos.

Fase 10. Elaboración del reporte de resultados

Se ha llevado a cabo una investigación y se generaron los resultados del estudio (los datos se encuentran en tablas, gráficas, cuadros, diagramas, etc.); pero el proceso aún no termina. Es necesario comunicar los resultados mediante un reporte, el cual puede adquirir diferentes formatos: un libro, un artículo para una revista académica, un diario de divulgación general, una presentación en computadora, un documento técnico, una tesis o disertación, un DVD, etc. En cualquier caso, debemos describir la investigación realizada y los descubrimientos producidos (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

3.3. FUENTES DE INFORMACIÓN

FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIAS

Las fuentes primarias o de primera mano son las que proporciona datos nuevos, originales y directas, que no remiten a otras fuentes; las fuentes secundarias son las que remiten a documentos primarios y que son una interpretación de los anteriores. Su diferencia es básicamente la autenticidad, tiempo y espacio con respecto a la fuente original. Es pertinente diferenciar que son

los datos y que es la información en una investigación; un dato es una representación sin sentido que puede ser cuántica (numérica) y/o cualitativa (un atributo, característica); mientras que la información es un conjunto de datos procesados que tiene sentido y significado, lo que permite tomar de decisiones, realizar analogías y análisis (Sandoval, 2016, p.59).

Las fuentes primarias por otro lado se sustentan en aquella información que será generada a través del propio estudio, la misma que se irá adquiriendo para proporcionar información que destaque tanto en carácter cualitativo o cuantitativo según corresponda, considerando que la información primaria se obtendrá a través de la utilización de herramientas de investigación como encuestas o entrevistas las cuales permitirán recolectar datos e información relevante respecto al tema de estudio.

Las fuentes de información primarias contienen información original, que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada por nadie más. Son producto de una investigación o de una actividad eminentemente creativa. Componen la colección básica de una biblioteca, y pueden encontrarse en formato tradicional impreso como los libros y las publicaciones seriadas; o en formatos especiales como las microformas, las videocasetes y los discos compactos (Silvestrini y Vargas, 2008, p.131).

FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIAS

Las fuentes secundarias trabajan con una línea base de fuentes bibliográficas especificadas en el marco teórico, de esta se podrá obtener las perspectivas más relevantes, así como el eje en base al cual se desarrollará el presente proyecto de investigación, tomando en cuenta que esta información tendrá como referencia estudios o conocimientos ya elaborados como papers, revistas científicas, periódicos, información histórica o investigaciones de temas relacionados.

Las fuentes de información secundaria contienen información primaria, sintetizada y reorganizada. Están especialmente diseñadas para facilitar y maximizar el acceso a las fuentes primarias o a sus contenidos. Componen la colección de referencia de la biblioteca y facilitan el control y el acceso a las fuentes primarias. Se debe hacer referencia a ellas cuando no se puede utilizar una fuente primaria por una razón específica, cuando los recursos son limitados y cuando la fuente es confiable. La utilizamos para confirmar nuestros hallazgos, ampliar el contenido de la información de una fuente primaria y para planificar nuestros estudios (Silvestrini y Vargas, 2008, p.133).

ANÁLISIS DE DATOS SECUNDARIOS

El análisis de los datos secundarios es una etapa esencial en el proceso de definición del problema, donde los datos primarios no deben recopilarse sino hasta que se hayan analizado por completo los datos secundarios disponibles. Los datos secundarios se clasifican en:

- *Datos internos*, son aquellos que se generan dentro de la organización para la cual se realiza la investigación. La información puede estar disponible y en un formato listo para usarse. Por otro lado, estos datos pueden existir en la organización, pero requieren un proceso considerable antes que sean útiles para el investigador. Las fuentes internas deben ser el punto de inicio de la búsqueda de datos secundarios.
- *Datos externos*, son aquellos que se generan por fuentes por fuera de la organización. Estos datos pueden existir en forma de materia publicado, base de datos en línea o información disponible por servicios de agencias (Martínez, 2012).

El propósito del análisis de datos secundarios dentro de la investigación se enfoca en la evaluación más amplia del tema de estudio, considerando la relevancia, es decir la utilidad que

representa, y actualización de la información obtenida, al igual que la confiabilidad y veracidad de esta.

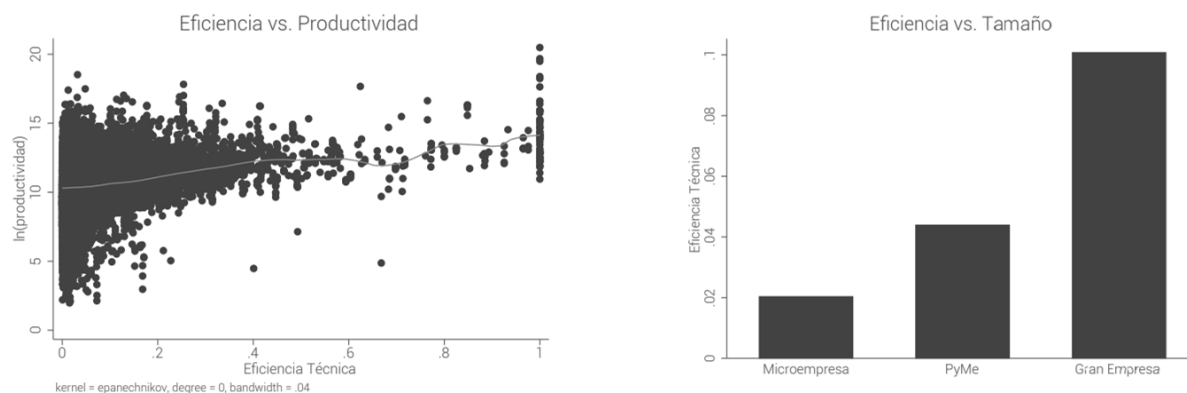


Figura 34. Relación de la eficiencia técnica con la productividad y el tamaño empresarial

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC, 2017)

Según un análisis realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos – INEC referente a la relación entre la eficiencia técnica y productividad como la relación entre eficiencia técnica y tamaño empresarial durante el período 2012 – 2017 se evidencia que a mayor aprovechamiento de los recursos por parte de las empresas existe mayor productividad, considerando que el tamaño de la empresa está directamente asociado a la eficiencia técnica de sus recursos, considerando la situación económica del país. En el Ecuador la diferencia productiva entre las empresas se explica por la capacidad de aprovechamiento de sus recursos frente a la existencia de nuevas posibilidades de comercialización de sus productos y/o servicios.

La brecha productiva entre los distintos tamaños de empresas Pymes se relaciona con la eficiencia de sus recursos o el aprovechamiento de estos, ya que estas variables están asociadas directamente a la productividad de la empresa considerando que con un buen manejo gerencial se puede ser más innovadora e implementar mecanismos que mejoren la productividad global de la

empresa, y así conseguir mejores resultados. Debido a estos factores como se puede observar en la figura 34 la brecha de eficiencia técnica es bajo, es decir, el deficiente aprovechamiento de sus recursos reduce el nivel de productividad.



Figura 35. Datos de Ecuador del Índice de Competitividad Global 2017-2018

Fuente: (Maldonado, P., 2017)

El estudio realizado por World Economic Forum arroja que el Ecuador durante el año 2017 se encuentra situado en el puesto número 97 de 137 economías, con un índice de competitividad global de 3.91, lo que significa que la medición de cada uno de los factores que intervienen para calcular el índice de competitividad sigue siendo bajo, tomando en cuenta que uno de los factores principales es la innovación y sofisticación de los negocios ya que de alguna manera las empresas que se encuentran formando parte de la economía ecuatoriana son el principal motor para el desarrollo y crecimiento del país.

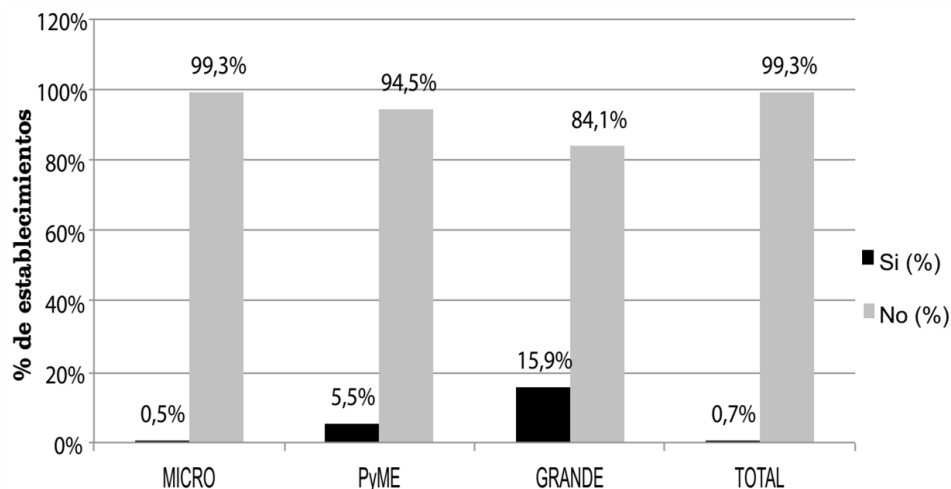


Figura 36. Establecimientos que invierten en Investigación y desarrollo

Fuente: (Araque, W., 2017)

Por otro lado, es importante considerar que la innovación dentro de las empresas es uno de los principales factores para incrementar la competitividad de estas dentro del mercado, tomando en cuenta el continuo desarrollo de las economías. Como refleja la figura 36 uno de los grandes desafíos que enfrentan las Pymes dentro de los diferentes sectores económicos es el tema de investigación y desarrollo, ya que las empresas pequeñas y medianas consideran que este tema es un factor secundario y no principal dentro de su desarrollo, basados en que su capital de inversión no debe ser arriesgado hasta no tener un posicionamiento dentro del mercado e incrementar su nivel de participación.

Las Pymes en el Ecuador deben considerar que se encuentran en un proceso de modernización organizacional, económico y tecnológico, con la finalidad de poder incrementar sus niveles de productividad y por consiguiente de competitividad; ya que este proceso trae consigo varios desafíos en cuanto a la globalización e internacionalización de las economías, factores que de alguna manera exigen a las empresas Pymes actualizarse para poder sobrevivir dentro de un mercado ampliamente competitivo a través del eficiente aprovechamiento de los recursos del país

para incrementar las posibilidades de desarrollo a mediano y largo plazo utilizando procesos de gestión modernizados que fortalezcan la productividad y eleven su capacidad productiva.

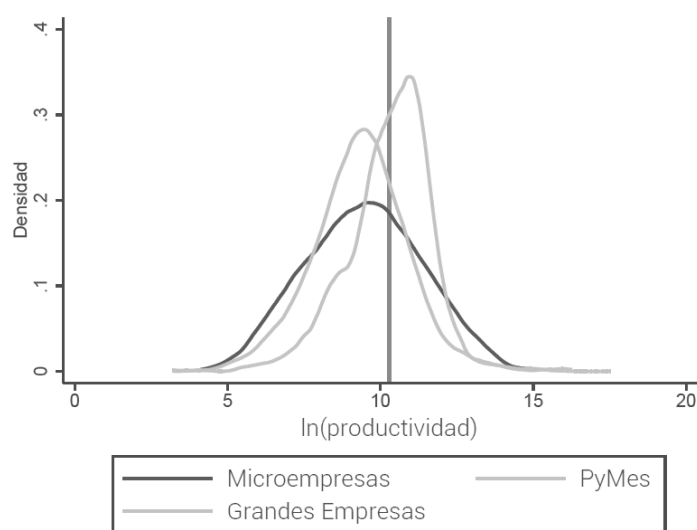


Figura 37. Distribución de la productividad por tamaño de empresa

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC, 2017)

Un estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos – INEC al 2017 arrojó como resultados que las brechas de productividad muestran en promedio que las empresas con mayor tamaño poseen un índice de productividad más alto; razón por la cual es importante considerar que el correcto aprovechamiento de los recursos, tomando en cuenta que la diferencia de productividad entre empresas pequeñas y grandes concierne a una posible especialización sectorial selectiva. Esto es, la concentración de empresas pequeñas en industrias menos productivas y al contrario con las grandes empresas.

Por otro lado, el comercio ecuatoriano, pase a ciertos cambios dentro de su economía sean estos cualitativos y/o cuantitativos, no ha podido adquirir autonomía y desarrollo suficiente, con la finalidad de modificar su antigua estructura, por lo cual actualmente sigue dependiendo de tres

productos primarios: petróleo, banano y camarón, cuyo valor agregado es bastante limitado, además de que su comercio está sujeto a la voluntad de los monopolios y políticas comerciales externas y debido a que las Pymes, por falta de información, asistencia técnica, crédito y modernización de los organismos oficiales, no ha podido expandir sus productos a un mercado internacional y no únicamente permanecer dentro del mercado local.

3.4. PROCESAMIENTO DE DATOS E INFORMACIÓN

El procesamiento es considerado el método o la forma a través de la cual se obtiene algún tipo de información para ser analizada; tomando en cuenta que dentro de este procedimiento únicamente se registran las actividades que se consideran importantes, lo que va limitando el tiempo y consecuentemente los recursos con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados.

La recolección de datos debe enunciar cómo y cuándo se aplicará el procedimiento (técnica) y los instrumentos que se van a utilizar para recopilar o recabar la información; también se justifica y se explica el procedimiento, los criterios de inclusión y exclusión de la muestra seleccionada; los recursos (humanos, materiales y financieros), necesarios para la recolección de datos, así como para el análisis. Para el procesamiento y análisis de datos, se hace referencia al método de análisis de datos, pruebas de hipótesis y las técnicas de tratamiento estadístico (paquete estadístico), en caso de que se llegue a utilizar (Sous, Driessnack y Costa, 2007, p.104).

El procesamiento de la información recolectada se define como la ejecución de una serie de actividades a través de las cuales se ordenan, almacenan y preparan los resultados de la información captada, con el fin de obtener resultados exactos o aproximados del problema de estudio. Consiste en procesar los datos (dispersos, desordenados, individuales) obtenidos de la población objeto de estudio durante el trabajo de campo, y tiene como fin generar resultado (datos agrupados y

ordenados), a partir de los cuales se realizará el análisis según los objetivos de hipótesis de la investigación realizada.

El procesamiento de la información permite ordenar, realizar gráficos en ciertos tipos de investigaciones e interpretar toda la información con base a los planteamientos teóricos, sustento del estudio realizado. Con el análisis de la información, se elaboran las conclusiones, recomendaciones y se estructura todo el cuerpo del trabajo, que le da sentido a la investigación. Se busca la optimización de tiempo y recursos, tanto financieros como humanos al considerar registrar de forma precisa y clara, todas las actividades que se realicen para la obtención de datos; lo que justifica la elaboración de un cronograma de trabajo realista y viable con metas, tiempos y recursos (Sous, Driessnack y Costa, 2007, p.104).

3.5. TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN

TÉCNICAS DE MUESTREO

El concepto de muestreo se basa en la probabilidad de que un conjunto de miembros pueda representar a un grupo o en la probabilidad de que un conjunto de miembros escogidos de forma aleatoria de una población pueda estar distribuidos de forma que proporcione una representación de la población, y en la probabilidad de estimar desde esta representación valores de variables medibles de la población, con un cierto nivel de error debido al método de muestreo.

El muestreo es necesario puesto que presenta diversas ventajas frente a las demás formas de obtención de información de una población (censo), considerando que en ocasiones se intenta medir un fenómeno temporal y el tiempo necesario para realizar un censo puede proporcionarnos información desfasada, no reflejando el fenómeno deseado (Miquel et al., 1997, p.139).

PROCESO DEL MUESTREO

Según Miquel et al. (1997) a continuación vamos a definir los pasos necesarios para llevar a cabo el muestreo de una población.

- *Definición de los objetivos de la encuesta*, es primordial para el proceso de muestreo tener muy claro cuáles son los objetivos perseguidos en el estudio para orientar las demás acciones sin desviar la finalidad del estudio.
- *Definición de la población*, para llevar a cabo el proceso de muestreo es necesario la identificación de los elementos muestrales, de las unidades de muestreo, que configuran la población de objeto de estudio, y sobre todo de la elección del alcance.
- *Definición del marco muestral*, partiendo de las decisiones anteriores se puede comenzar a elaborar el marco muestral, sin el cual es difícil la obtención de la muestra. Se debe tener en cuenta que el marco muestral es algo semejante a un censo de todas las unidades que pueden componer la muestra.
- *Selección del procedimiento de muestreo*, existen diversos procedimientos o métodos de muestreo, que se diferencian bien por el tipo de información que se recoge, bien por las etapas del proceso, bien por la facilidad o dificultad de la obtención de datos, o bien por la fiabilidad al realizar inferencias con los resultados obtenidos.
- *Establecer el tamaño de la muestra*, en todo proceso de muestreo, se debe establecer el tamaño de la muestra que se va a observar, para ello se debe tener en cuenta el tamaño de la población y la variación existente en la información de esta, así como el nivel de error muestral que estamos dispuestos a tolerar. En todos los estudios, un mayor tamaño de la muestra supone un menor error de la información obtenida, aunque, por el contrario, lleve aparejado un mayor coste económico y de tiempo para la obtención de la información.

Siempre resulta conveniente llevar a cabo un pequeño análisis coste-beneficio de los distintos tamaños de muestra posibles.

- *La obtención de la muestra* resulta un trabajo lento y delicado, que dependerá del método de muestreo seleccionado. Cuando hablamos de muestras probabilísticas, por lo general se acudirá al censo y siguiendo el procedimiento del método de muestreo aplicado, se procederá a identificar a todos y cada uno de los componentes de la muestra, seleccionando además un número reducido de los mismos, que puedan sustituir a los componentes de la muestra que sean fallidos o no accesibles.

Los métodos de muestreo se dividen en probabilísticos y no probabilísticos; considerando que, en la práctica, resulta habitual el uso de más de un método de muestreo a lo largo del proceso de creación de la muestra, de forma que consigan combinar algunas de las ventajas de los distintos métodos de muestreo.

MUESTREO PROBABILÍSTICO

Los métodos de muestreo probabilístico se basan en que cada elemento del universo o población objeto de estudio tiene una probabilidad conocida de formar parte de la muestra, es decir que la muestra está formada por un fenómeno de azar. Los componentes de la muestra entran a formar parte de ella independiente de la voluntad del investigador (Miquel et al., 1997, p.141).

- *Muestreo aleatorio simple*

Para poder llevar a cabo la selección de los componentes de una muestra mediante el procedimiento de muestreo aleatorio simple debemos saber cuál es el tamaño de la muestra objeto de estudio, así como disponer de una lista completa de los individuos que forman la población o universo. Con los datos especificados y procederá a la elección de los individuos dentro del

universo mediante un procedimiento estadístico hasta conseguir completar el total de la muestra. Otro procedimiento alternativo es identificar todas las posibles muestras, y mediante un método probabilístico seleccionar una de ellas. Este segundo método parece más costoso que el primero. El muestreo aleatorio simple tiene la dificultad de necesitar de una lista de la población total o universo (Miquel et al., 1997, p.142).

DISEÑO DEL FORMULARIO DE RECOLECCIÓN DE DATOS (ENCUESTA)

La encuesta es una técnica cuantitativa que consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo más amplio que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población (Hernández et al., 2009).

Es importante considerar que la encuesta se realiza en base a un cuestionario, siendo este un documento básico para poder recolectar la información necesaria, tomando en cuenta que este cuestionario es un conjunto de preguntas que se encuentran redactadas de manera coherente y organizada, es decir, sigue una estructura de acuerdo con una determinada planificación, con la finalidad de que la información recogida sea precisa.

La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica. Además, la encuesta es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se la realiza a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación (Hernández et al., 2009).

El instrumento que permitirá la recolección de datos en la investigación en las medianas empresas, PYMES, del Distrito Metropolitano de Quito será la encuesta, la misma que podrá recolectar la información necesaria que conduzca a datos válidos, objetivos y fiables. Para la elaboración del diseño de la encuesta se toma en cuenta que las preguntas son elaboradas en base a los objetivos de la investigación y la utilización de medidas de escala (nominal, ordinal, intervalo y razón).

Tabla 5

Medidas de escala

Escala	Definición
Nominal	Los objetos son asignados a categorías clasificadas cualitativas.
Ordinal	Se obtiene clasificando los objetos o arreglándolos en un orden con respecto a una variable en común.
Intervalo	Tiene la capacidad de precisar cuánto más o cuánto menos; pero carece el punto cero absolutos.
Razón	Es netamente cuantitativa.

Fuente: (Mantilla, F., 2015)

3.6. PRUEBA PILOTO

La prueba piloto se enfoca en someter a pruebas diferentes aspectos de la ejecución de la investigación, considerando administrar el instrumento a personas con características de la muestra objeto del estudio con la finalidad de evaluar aspectos técnicos, mejorar y corregir todas las deficiencias que se encuentren (Amemiya, 2012).

La prueba piloto es un instrumento de recolección de información a través del cual se valida el contenido y la percepción que tienen las medianas empresas, PYMES, participantes en el proceso, de las preguntas realizadas en la encuesta propuesta; con el fin de detectar las posibles fallas que se presenten, tanto en su forma como en su contenido.

Tabla 6*Matriz operacional de variables de la encuesta piloto*

No.	Pregunta	Alternativa de Pregunta	Medidas de Escala	Objetivos
1.	Actividad que desempeña la empresa dentro del mercado ecuatoriano.	Producción Comercialización Servicios	Nominal	Objetivo General Objetivo Específico 1
2.	¿Por cuántos empleados está conformada su empresa? empleados	Razón	Objetivo Específico 1
3.	¿Cuántos años de funcionamiento lleva su empresa en el Ecuador? años	Razón	Objetivo Específico 1
4.	El valor bruto en ventas anuales de su empresa es: dólares	Razón	Objetivo General Objetivo Específico 1
5.	Califique del 1 al 5 considerando el 1 como el de menor importancia y 5 como el de mayor importancia, si las políticas, manuales de procedimientos y descripción de cargos y funciones son conocidas y acatadas por toda la empresa con la finalidad de cumplir los objetivos organizacionales.	1 2 3 4 5	Ordinal	Objetivo Específico 1
6.	El nivel de dedicación y concentración en el trabajo que realizan sus colaboradores durante la jornada laboral es considerado:	Excelente Bueno Aceptable Regular Bajo Nulo	Intervalo	Objetivo General Objetivo Específico 1

Continúa →

No.	Pregunta	Alternativa de Pregunta	Medidas de Escala	Objetivos
7.	¿En qué porcentaje (aproximación) anual los ingresos que percibe la empresa son superiores a los costos y gastos que se pagan por concepto del negocio? % (por ciento)	Razón	Objetivo General Objetivo Específico 1
8.	Califique del 1 al 5 considerando el 5 como el mayor grado de semejanza y el 1 el menor, si el aprovechamiento de los recursos que posee la empresa es suficiente para realizar las diferentes actividades diarias y cumplir con los requerimientos de los clientes.	5 4 3 2 1	Ordinal	Objetivo General Objetivo Específico 1
9.	El nivel de ventas de su empresa durante el año 2017, comparadas con las ventas que se lograron el año 2016 han:	Crecimiento Igual Decrecimiento	Nominal	Objetivo General Objetivo Específico 1
10.	Indique cuáles son los factores más relevantes que han identificado como obstáculo a la mejora de la productividad dentro de su empresa.	Costos de maquinaria y/o tecnología por encima de capacidad de pago Limitaciones de la empresa en capacidad de administración y/o gestión Limitado acceso al crédito Dificultades para acceder a nuevos mercados Falta de políticas de fomento a la inversión	Nominal	Objetivo General Objetivo Específico 1 Objetivo Específico 3
11.	La asignación de un presupuesto para innovación y desarrollo de nuevos productos y/o servicios, es considerado dentro del presupuesto de la empresa.	Sí No Le es indiferente	Nominal	Objetivo General Objetivo Específico 1 Objetivo Específico 2

Continúa →

No.	Pregunta	Alternativa de Pregunta	Medidas de Escala	Objetivos
12.	La capacidad de la empresa para producir y/o comercializar bienes y servicios en un entorno bajo condiciones más atractivas que las de sus competidores se direcciona a:	Calidad Precio Diferenciación	Nominal	Objetivo General Objetivo Específico 1 Objetivo Específico 3
13.	Seleccione en cuáles de los siguientes factores se enfoca la empresa para responder a las expectativas que la comunidad tiene, con la finalidad de intervenir para remediar las necesidades e impulsar el desarrollo.	Personas Producto Plaza Precio Promoción Procesos Posicionamiento	Nominal	Objetivo General Objetivo Específico 1 Objetivo Específico 3
14.	El tema de la innovación dentro de la empresa considera usted que genera una ventaja competitiva frente a la competencia.	Alto Medio Bajo	Ordinal	Objetivo Específico 1 Objetivo Específico 2
15.	La política de precios que establece la empresa se encuentra determinada en base a:	Costes de operación Valor del Mercado Situación competitiva	Nominal	Objetivo General Objetivo Específico 1 Objetivo Específico 3
16.	La empresa cuenta con herramientas de tecnología, información y comunicación actualizadas.	Sí No Le es indiferente	Nominal	Objetivo Específico 1 Objetivo Específico 2
17.	¿Qué factores, variables e indicadores son importantes dentro de su empresa para controlar y/o mejorar la competitividad?	Desempeño económico Recursos naturales y ambiente Modernización e innovación Calidad y servicios Clima organizacional Mercados	Nominal	Objetivo General Objetivo Específico 3 Objetivo Específico 4

Continúa →

No.	Pregunta	Alternativa de Pregunta	Medidas de Escala	Objetivos
18.	Durante los últimos cinco años, considera que el Gobierno ecuatoriano ha creado espacios para que puedan promocionar y comercializar sus productos.	Sí No	Nominal	Objetivo General Objetivo Específico 3 Objetivo Específico 4
19.	Dentro de su categoría PYME, cuál de los siguientes aspectos consideraría un inconveniente latente para el crecimiento y desarrollo de su empresa.	Planificación Recursos administrativos y financieros Talento Humano Fuentes de inversión y financiamiento Leyes y reglamentos Nuevas tecnologías de la información y comunicación Otros	Nominal	Objetivo General Objetivo Específico 3 Objetivo Específico 4

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO



ENCUESTA

Objetivo. Analizar el deficiente aprovechamiento de los recursos del país y su incidencia en la falta de valor agregado en la productividad y competitividad del comercio justo; mediante la recopilación de datos a través de la herramienta de la encuesta; para el fortalecimiento de una economía social y solidaria en el Distrito Metropolitano de Quito.

Instrucciones. Agradecemos a usted por colaborar con esta encuesta, la cual nos servirá para recolectar información acerca del "Análisis del deficiente aprovechamiento de los recursos del país y su incidencia en la falta de valor agregado en la productividad y competitividad del comercio justo durante el período 2013 – 2017 en el DMQ", por tal motivo le solicitamos responder de la manera más honesta. Inicie el autodiagnóstico leyendo cuidadosamente uno por uno los enunciados y seleccione con una **X** su respuesta. Recuerde que debe responder conforme a la situación real de su empresa, **NO** de acuerdo a sus expectativas y proyectos a futuro.

Fecha de Encuesta

Código de Encuesta

INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa

1. Actividad que desempeña la empresa dentro del mercado ecuatoriano.
Producción Comercialización Servicios
2. ¿Por cuántos empleados está conformada su empresa? empleados
3. ¿Cuántos años de funcionamiento lleva su empresa en el Ecuador? años
4. El valor bruto en ventas anuales de su empresa es: dólares

INFORMACIÓN DE PRODUCTIVIDAD

5. Califique del 1 al 5 considerando el 1 como el de menor importancia y 5 como el de mayor importancia, si las políticas, manuales de procedimientos y descripción de cargos y funciones son conocidas y acatadas por toda la empresa con la finalidad de cumplir los objetivos organizacionales.
1 2 3 4 5
6. El nivel de dedicación y concentración en el trabajo que realizan sus colaboradores durante la jornada laboral es considerado:
Excelente Bueno Aceptable Regular Bajo Nulo
7. ¿En qué porcentaje (aproximación) anual los ingresos que percibe la empresa son superiores a los costos y gastos que se pagan por concepto del negocio?
..... % (por ciento)
8. Califique del 1 al 5 considerando el 5 como el mayor grado de semejanza y el 1 el menor, si el aprovechamiento de los recursos que posee la empresa es suficiente para realizar las diferentes actividades diarias y cumplir con los requerimientos de los clientes.
5 4 3 2 1
9. El nivel de ventas de su empresa durante el año 2017, comparadas con las ventas que se lograron el año 2016 han:
Crecimiento Igual Decrecimiento
10. Indique cuáles son los factores más relevantes que han identificado como obstáculo a la mejora de la productividad dentro de su empresa.

Costos de maquinaria y/o tecnología por encima de capacidad de pago	<input type="radio"/>
Limitaciones de la empresa en capacidad de administración y/o gestión	<input type="radio"/>
Limitado acceso al crédito	<input type="radio"/>
Dificultades para acceder a nuevos mercados	<input type="radio"/>
Falta de políticas de fomento a la inversión	<input type="radio"/>

INFORMACIÓN DE LOS NIVELES DE COMPETITIVIDAD

11. La asignación de un presupuesto para innovación y desarrollo de nuevos productos y/o servicios, es considerado dentro del presupuesto de la empresa.
- Sí No Le es indiferente
12. La capacidad de la empresa para producir y/o comercializar bienes y servicios en un entorno bajo condiciones más atractivas que las de sus competidores se direcciona a:
- Calidad Precio Diferenciación
13. Seleccione en cuáles de los siguientes factores se enfoca la empresa para responder a las expectativas que la comunidad tiene, con la finalidad de intervenir para remediar las necesidades e impulsar el desarrollo.
- Personas
- Producto
- Plaza
- Precio
- Promoción
- Procesos
- Posicionamiento
14. El tema de la innovación dentro de la empresa considera usted que genera una ventaja competitiva frente a la competencia.
- Alto Medio Bajo
15. La política de precios que establece la empresa se encuentra determinada en base a:
- Costes de operación Valor de mercado Situación competitiva
16. La empresa cuenta con herramientas de tecnología, información y comunicación actualizadas.
- Sí No Le es indiferente
17. ¿Qué factores, variables e indicadores son importantes dentro de su empresa para controlar y/o mejorar la competitividad?
- Desempeño económico
- Recursos naturales y ambiente
- Modernización e innovación
- Calidad y servicios
- Clima organizacional
- Mercados
18. Durante los últimos cinco años, considera que el Gobierno ecuatoriano ha creado espacios para que puedan promocionar y comercializar sus productos.
- Sí No
19. Dentro de su categoría PYME, cuál de los siguientes aspectos consideraría un inconveniente latente para el crecimiento y desarrollo de su empresa.
- Planificación
- Recursos administrativos y financieros
- Talento humano
- Fuentes de inversión y financiamiento
- Leyes y reglamentos
- Nuevas tecnologías de la información y comunicación
- Otros

Por favor verifique que no ha dejado ningún enunciado sin contestar.

Gracias por su colaboración.

ANÁLISIS DE LA PRUEBA PILOTO

La prueba piloto consistió en la aplicación de la encuesta a 5 medianas empresas, PYMES, del Distrito Metropolitano de Quito, que contempla tanto los índices de productividad y competitividad dentro del comercio justo con el fin de evaluar diversos aspectos importantes de redacción, comprensión y otros, vitales para el mejoramiento del diseño de esta. Como resultado de la aplicación de la encuesta 3 medianas empresas, PYMES, plantearon algún tipo de sugerencias; mientras que 2 empresas aprobaron el instrumento de recolección de datos (encuesta) en la totalidad de su contenido. Las 5 medianas empresas, PYMES, que respondieron la encuesta, hacen parte de la muestra seleccionada para aplicar la prueba piloto.

Tabla 7

Medianas Empresas PYMES participantes en la Prueba Piloto

Ruc	Razón Social	Actividad Comercial principal
1791135873001	VIDRIO DE SEGURIDAD SECURIT S.A.	Fabricación y venta al por mayor y menor de vidrio incluso armado de alambre, coloreado, laminado, endurecido.
1792255082001	VISONEX TECHNOLOGIES S.A.	Crear, vender y desarrollar software médico.
1790349578001	AUTOMÓVIL CLUB DEL ECUADOR ANETA	Actividades de asesoramiento y gestión combinadas.
1790783162001	EMPRESA ROMERAL CIA. LTDA.	Fabricación de vidrio templado o laminado
1790355969001	CRISTALES LAMINADOS Y TEMPERADOS CRILAMIT S.A.	Fabricación de vidrio de seguridad laminado y templado

Las medianas empresas, PYMES, que respondieron la prueba piloto, no presentaron inconvenientes en su diligenciamiento, ni dudas, ni tampoco se presentaron errores en las encuestas

recibidas. Las sugerencias recibidas por parte de las empresas encuestadas se engloban en agregar la opción “Otros” en aquellas preguntas que poseen varios ítems para elegir; así como el considerar una pregunta relacionada con la competencia dentro de la medición de la competitividad, ya que es un aspecto relevante al momento de fijar estrategias competitivas dentro de las empresas.

Tabla 8*Matriz operacional de variables de la encuesta planteada*

No.	Pregunta	Alternativa de Pregunta	Medidas de Escala	Objetivos
1.	Actividad que desempeña la empresa dentro del mercado ecuatoriano.	Producción Comercialización Servicios	Nominal	Objetivo General Objetivo Específico 1
2.	¿Por cuántos empleados está conformada su empresa? empleados	Razón	Objetivo Específico 1
3.	¿Cuántos años de funcionamiento lleva su empresa en el Ecuador? años	Razón	Objetivo Específico 1
4.	El valor bruto en ventas anuales de su empresa es: dólares	Razón	Objetivo General Objetivo Específico 1
5.	Califique del 1 al 5 considerando el 1 como el de menor importancia y 5 como el de mayor importancia, si las políticas, manuales de procedimientos y descripción de cargos y funciones son conocidas y acatadas por toda la empresa con la finalidad de cumplir los objetivos organizacionales.	1 2 3 4 5	Ordinal	Objetivo Específico 1
6.	El nivel de dedicación y concentración en el trabajo que realizan sus colaboradores durante la jornada laboral es considerado:	Excelente Bueno Aceptable Regular Bajo Nulo	Intervalo	Objetivo General Objetivo Específico 1

Continúa →

No.	Pregunta	Alternativa de Pregunta	Medidas de Escala	Objetivos
7.	¿En qué porcentaje (aproximación) anual los ingresos que percibe la empresa son superiores a los costos y gastos que se pagan por concepto del negocio? % (por ciento)	Razón	Objetivo General Objetivo Específico 1
8.	Califique del 1 al 5 considerando el 5 como el mayor grado de semejanza y el 1 el menor, si el aprovechamiento de los recursos que posee la empresa es suficiente para realizar las diferentes actividades diarias y cumplir con los requerimientos de los clientes.	5 4 3 2 1	Ordinal	Objetivo General Objetivo Específico 1
9.	El nivel de ventas de su empresa durante el año 2017, comparadas con las ventas que se lograron el año 2016 han:	Crecimiento Igual Decrecimiento	Nominal	Objetivo General Objetivo Específico 1
10.	Indique cuáles son los factores más relevantes que han identificado como obstáculo a la mejora de la productividad dentro de su empresa.	Costos de maquinaria y/o tecnología por encima de capacidad de pago Limitaciones de la empresa en capacidad de administración y/o gestión Limitado acceso al crédito Problemas de infraestructura (incluido transportes y comunicaciones) Dificultades para acceder a nuevos mercados Falta de políticas de fomento a la inversión Otros	Nominal	Objetivo General Objetivo Específico 1 Objetivo Específico 3

Continúa →

No.	Pregunta	Alternativa de Pregunta	Medidas de Escala	Objetivos
11.	La asignación de un presupuesto para innovación y desarrollo de nuevos productos y/o servicios, es considerado dentro del presupuesto de la empresa.	Sí No Le es indiferente	Nominal	Objetivo General Objetivo Específico 1 Objetivo Específico 2
12.	La capacidad de la empresa para producir y/o comercializar bienes y servicios en un entorno bajo condiciones más atractivas que las de sus competidores se direcciona a:	Calidad Precio Diferenciación	Nominal	Objetivo General Objetivo Específico 1 Objetivo Específico 3
13.	Seleccione en cuáles de los siguientes factores se enfoca la empresa para responder a las expectativas que la comunidad tiene, con la finalidad de intervenir para remediar las necesidades e impulsar el desarrollo.	Personas Producto Plaza Precio Promoción Procesos Posicionamiento	Nominal	Objetivo General Objetivo Específico 1 Objetivo Específico 3
14.	La empresa dispone de información de sus competidores (en cuanto a reputación, identidad e imagen corporativa, calidad de sus productos y servicios, fuerza de ventas y precios) suficiente.	Sí No Le es indiferente	Nominal	Objetivo General Objetivo Específico 1 Objetivo Específico 3
15.	El tema de la innovación dentro de la empresa considera usted que genera una ventaja competitiva frente a la competencia.	Alto Medio Bajo	Ordinal	Objetivo Específico 1 Objetivo Específico 2

Continúa →

No.	Pregunta	Alternativa de Pregunta	Medidas de Escala	Objetivos
16.	La política de precios que establece la empresa se encuentra determinada en base a:	Costes de operación Valor del Mercado Situación competitiva	Nominal	Objetivo General Objetivo Específico 1 Objetivo Específico 3
17.	La empresa cuenta con herramientas de tecnología, información y comunicación actualizadas.	Sí No Le es indiferente	Nominal	Objetivo Específico 1 Objetivo Específico 2
18.	¿Qué factores, variables e indicadores son importantes dentro de su empresa para controlar y/o mejorar la competitividad?	Desempeño económico Negociación y relaciones comerciales Recursos naturales y ambiente Modernización e innovación Calidad y servicios Clima organizacional Mercados Otros	Nominal	Objetivo General Objetivo Específico 3 Objetivo Específico 4
19.	Durante los últimos cinco años, considera que el Gobierno ecuatoriano ha creado espacios para que puedan promocionar y comercializar sus productos.	Sí No	Nominal	Objetivo General Objetivo Específico 3 Objetivo Específico 4
20.	Dentro de su categoría PYME, cuál de los siguientes aspectos consideraría un inconveniente latente para el crecimiento y desarrollo de su empresa.	Planificación Recursos administrativos y financieros Talento Humano Fuentes de inversión y financiamiento Leyes y reglamentos Nuevas tecnologías de la información y comunicación Otros	Nominal	Objetivo General Objetivo Específico 3 Objetivo Específico 4

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO



ENCUESTA

Objetivo. Analizar el deficiente aprovechamiento de los recursos del país y su incidencia en la falta de valor agregado en la productividad y competitividad del comercio justo; mediante la recopilación de datos a través de la herramienta de la encuesta; para el fortalecimiento de una economía social y solidaria en el Distrito Metropolitano de Quito.

Instrucciones. Agradecemos a usted por colaborar con esta encuesta, la cual nos servirá para recolectar información acerca del "Análisis del deficiente aprovechamiento de los recursos del país y su incidencia en la falta de valor agregado en la productividad y competitividad del comercio justo durante el periodo 2013 – 2017 en el DMQ", por tal motivo le solicitamos responder de la manera más honesta. Inicie el autodiagnóstico leyendo cuidadosamente uno por uno los enunciados y seleccione con una **X** su respuesta. Recuerde que debe responder conforme a la situación real de su empresa, **NO** de acuerdo a sus expectativas y proyectos a futuro.

Fecha de Encuesta

Código de Encuesta

INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa

1. Actividad que desempeña la empresa dentro del mercado ecuatoriano.
Producción Comercialización Servicios
2. ¿Por cuántos empleados está conformada su empresa? empleados
3. ¿Cuántos años de funcionamiento lleva su empresa en el Ecuador? años
4. El valor bruto en ventas anuales de su empresa es: dólares

INFORMACIÓN DE PRODUCTIVIDAD

5. Califique del 1 al 5 considerando el 1 como el de menor importancia y 5 como el de mayor importancia, si las políticas, manuales de procedimientos y descripción de cargos y funciones son conocidas y acatadas por toda la empresa con la finalidad de cumplir los objetivos organizacionales.
1 2 3 4 5
6. El nivel de dedicación y concentración en el trabajo que realizan sus colaboradores durante la jornada laboral es considerado:
Excelente Bueno Aceptable Regular Bajo Nulo
7. ¿En qué porcentaje (aproximación) anual los ingresos que percibe la empresa son superiores a los costos y gastos que se pagan por concepto del negocio?
..... % (por ciento)
8. Califique del 1 al 5 considerando el 5 como el mayor grado de semejanza y el 1 el menor, si el aprovechamiento de los recursos que posee la empresa es suficiente para realizar las diferentes actividades diarias y cumplir con los requerimientos de los clientes.
5 4 3 2 1
9. El nivel de ventas de su empresa durante el año 2017, comparadas con las ventas que se lograron el año 2016 han:
Crecimiento Igual Decrecimiento
10. Indique cuáles son los factores más relevantes que han identificado como obstáculo a la mejora de la productividad dentro de su empresa.

Costos de maquinaria y/o tecnología por encima de capacidad de pago	<input type="radio"/>
Limitaciones de la empresa en capacidad de administración y/o gestión	<input type="radio"/>
Limitado acceso al crédito	<input type="radio"/>
Problemas de infraestructura (incluido transportes y comunicaciones)	<input type="radio"/>
Dificultades para acceder a nuevos mercados	<input type="radio"/>
Falta de políticas de fomento a la inversión	<input type="radio"/>
Otros	<input type="radio"/>

INFORMACIÓN DE LOS NIVELES DE COMPETITIVIDAD

11. La asignación de un presupuesto para innovación y desarrollo de nuevos productos y/o servicios, es considerado dentro del presupuesto de la empresa.
 Sí No Le es indiferente
12. La capacidad de la empresa para producir y/o comercializar bienes y servicios en un entorno bajo condiciones más atractivas que las de sus competidores se direcciona a:
 Calidad Precio Diferenciación
13. Seleccione en cuáles de los siguientes factores se enfoca la empresa para responder a las expectativas que la comunidad tiene, con la finalidad de intervenir para remediar las necesidades e impulsar el desarrollo.
- Personas
- Producto
- Plaza
- Precio
- Promoción
- Procesos
- Posicionamiento
14. La empresa dispone de información de sus competidores (en cuanto a reputación, identidad e imagen corporativa, calidad de sus productos y servicios, fuerza de ventas y precios) suficiente.
 Sí No Le es indiferente
15. El tema de la innovación dentro de la empresa considera usted que genera una ventaja competitiva frente a la competencia.
 Alto Medio Bajo
16. La política de precios que establece la empresa se encuentra determinada en base a:
 Costes de operación Valor de mercado Situación competitiva
17. La empresa cuenta con herramientas de tecnología, información y comunicación actualizadas.
 Sí No Le es indiferente
18. ¿Qué factores, variables e indicadores son importantes dentro de su empresa para controlar y/o mejorar la competitividad?
- Desempeño económico
- Negociación y relaciones comerciales
- Recursos naturales y ambiente
- Modernización e innovación
- Calidad y servicios
- Clima organizacional
- Mercados
- Otros
19. Durante los últimos cinco años, considera que el Gobierno ecuatoriano ha creado espacios para que puedan promocionar y comercializar sus productos.
 Sí No
20. Dentro de su categoría PYME, cuál de los siguientes aspectos consideraría un inconveniente latente para el crecimiento y desarrollo de su empresa.
- Planificación
- Recursos administrativos y financieros
- Talento humano
- Fuentes de inversión y financiamiento
- Leyes y reglamentos
- Nuevas tecnologías de la información y comunicación
- Otros

Por favor verifique que no ha dejado ningún enunciado sin contestar.

Gracias por su colaboración.

3.7. MUESTRA

Una muestra debe ser adecuada en cantidad y en calidad. En relación con el primer aspecto, existen procedimientos estadísticos para saber cuál es el número mínimo de elementos que debemos incluir en el estudio para obtener resultados válidos. La calidad involucra el concepto de representatividad de la muestra. Se dice que una muestra es representativa de la población cuando es un reflejo de ella, es decir cuando reúne las características principales de la población en relación con la variable en estudio (Sampieri, Collado y Lucio, 2014).

La fórmula que se utilizará, por tratarse de población finita, es la siguiente:

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

Dónde:

n = *Tamaño de la muestra*

Z = *Nivel de confiabilidad 95% (1,96)*

p = *Probabilidad de ocurrencia 0,5*

q = *Probabilidad de no ocurrencia 0,5*

N = *Población*

e = *Error de muestreo 5%*

Según la Cámara de Comercio de Quito, el universo poblacional se determinó el establecimiento de 3.485 medianas empresas PYMES productivas y/o comerciales en el Distrito Metropolitano de Quito.

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 3.485}{0,05^2(3.485 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{3.346,994}{9,6704}$$

$$n = 346,1070897 \approx 346 \text{ empresas}$$

3.8. ANÁLISIS DE DATOS

El análisis de datos correspondiente a la presente investigación se enmarca dentro de un análisis univariado y bivariado.

Tabla 9

Análisis de datos

Univariado	Bivariado
Distribución de frecuencias	Medidas de Contingencia
Medidas de tendencia central	ANOVA
Medidas de dispersión	Correlación
Gráficos	CHI Cuadrado

Fuente: (Mantilla, F., 2015)

Las medias de tendencia central nos permiten conocer algunas características de una serie de datos con relación al punto medio o central de datos superiores e inferiores de su distribución, tomando en cuenta que se utiliza la media aritmética o promedio, la mediana y la moda; mientras que las medidas de dispersión nos permiten determinar el grado de dispersión de los valores con respecto a su promedio, se utiliza la varianza y desviación estándar (Mantilla, 2015).

ANÁLISIS UNIVARIADO

Pregunta 1

Tabla 10

Actividad que desempeña la empresa dentro del mercado ecuatoriano.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Producción	84	24,3	24,3	24,3
	Comercialización	152	43,9	43,9	68,2
	Servicios	110	31,8	31,8	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

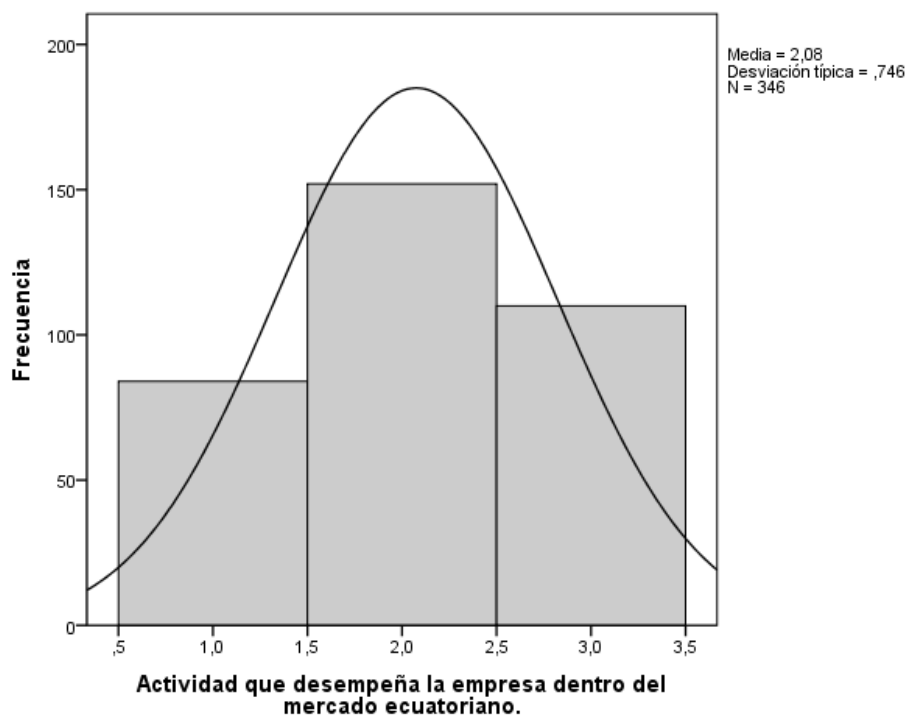


Figura 38. Actividad que desempeña la empresa dentro del mercado ecuatoriano.

Análisis ejecutivo

Conforme a los resultados obtenidos en la Pregunta 1. Actividad que desempeña la empresa dentro del mercado ecuatoriano, el mayor porcentaje de participación de las empresas corresponde al desempeño de una actividad comercial, determinando que este es el mercado potencial ya que este tipo de empresas está orientada a realizar actividades de mercadeo.

Análisis comparativo

Según la información del Instituto Nacional de Estadística y Censos el 02 de diciembre de 2013 manifiesta que las Pymes (micro, pequeñas y medianas empresas), son claves en el desarrollo del país, pero su participación en la industria y en la exportación todavía es baja, considerando que su capacidad para crear empleo, contribuir a la mejor distribución de ingresos y mejorar competencias hace que ese sector sea prioritario en el diseño de políticas públicas. De otro lado, uno de los aspectos que demanda mayor apoyo es el de productividad. Según datos de 2013, el tipo de actividad que prima en las microempresas y medianas empresas Pymes es de comercio con el 55,6% y servicios con el 66% respectivamente (figura 39). Esos y otros sectores evidencian una importante brecha de productividad laboral (ingreso por ventas y número de empleados), que en Ecuador tiende a incrementarse, según aumenta el tamaño de las empresas (Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC, 2013).

Las microempresas se concentran en el sector comercial y las pymes, en servicios.

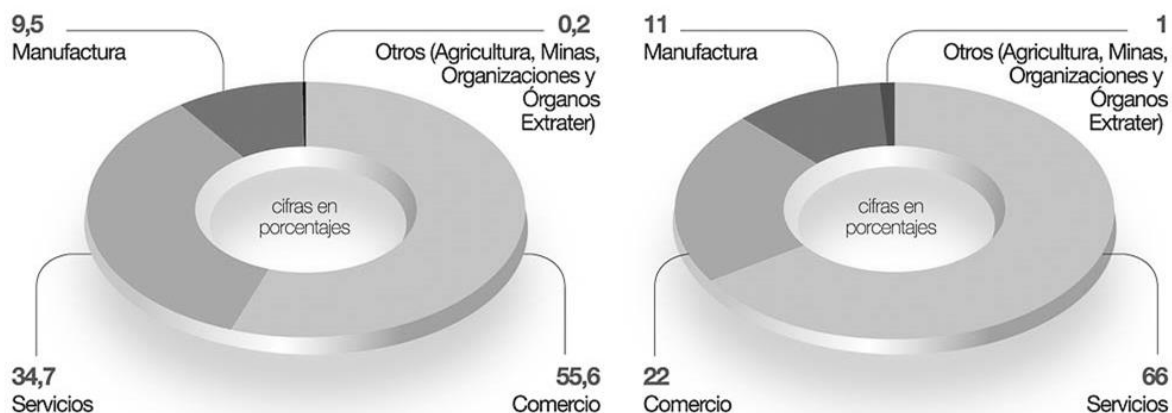


Figura 39. Distribución de micro, pequeñas y medianas empresas por actividad

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC, 2013)

Los resultados obtenidos en las encuestas realizadas, evidencia que, dentro de un período de 4 años, desde el 2013 al 2017, las medianas empresas, han incrementado su participación en el sector de comercialización en 21,9 puntos dando lugar a una economía solvente y creando nuevas fuentes de trabajo permitiéndoles así incursionar en nuevos mercados.

Pregunta 2

Tabla 11

¿Por cuántos empleados está conformada su empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	50	2	0,6	0,6
	52	2	0,6	1,2
	53	1	0,3	1,4
	56	5	1,4	2,9
	57	3	0,9	3,8
	58	2	0,6	4,3
	59	2	0,6	4,9
	60	4	1,2	6,1
	62	2	0,6	6,6
	63	2	0,6	7,2
	64	2	0,6	7,8
	65	9	2,6	10,4
	66	1	0,3	10,7
	67	6	1,7	12,4
	68	4	1,2	13,6
	69	5	1,4	15
	72	8	2,3	17,3
	73	7	2	19,4
	74	1	0,3	19,7
	76	10	2,9	22,5
	77	2	0,6	23,1
	78	5	1,4	24,6
	79	6	1,7	26,3
	80	1	0,3	26,6
	81	1	0,3	26,9
	82	3	0,9	27,7
	83	2	0,6	28,3
	84	6	1,7	30,1

Continúa →

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
86	2	0,6	0,6	30,6
87	10	2,9	2,9	33,5
89	8	2,3	2,3	35,8
90	6	1,7	1,7	37,6
91	1	0,3	0,3	37,9
92	5	1,4	1,4	39,3
93	3	0,9	0,9	40,2
95	1	0,3	0,3	40,5
96	3	0,9	0,9	41,3
97	4	1,2	1,2	42,5
98	18	5,2	5,2	47,7
99	2	0,6	0,6	48,3
101	1	0,3	0,3	48,6
102	3	0,9	0,9	49,4
103	1	0,3	0,3	49,7
105	3	0,9	0,9	50,6
106	1	0,3	0,3	50,9
108	2	0,6	0,6	51,4
109	10	2,9	2,9	54,3
111	3	0,9	0,9	55,2
112	3	0,9	0,9	56,1
113	2	0,6	0,6	56,6
116	2	0,6	0,6	57,2
117	2	0,6	0,6	57,8
120	4	1,2	1,2	59
121	1	0,3	0,3	59,2
122	4	1,2	1,2	60,4
123	7	2	2	62,4
126	1	0,3	0,3	62,7
127	1	0,3	0,3	63
128	2	0,6	0,6	63,6
129	5	1,4	1,4	65
130	1	0,3	0,3	65,3
132	2	0,6	0,6	65,9
133	4	1,2	1,2	67,1
134	1	0,3	0,3	67,3
139	1	0,3	0,3	67,6
140	1	0,3	0,3	67,9
141	1	0,3	0,3	68,2
142	3	0,9	0,9	69,1

Continúa →

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
143	4	1,2	1,2	70,2
144	2	0,6	0,6	70,8
145	2	0,6	0,6	71,4
152	2	0,6	0,6	72
154	7	2	2	74
156	3	0,9	0,9	74,9
160	1	0,3	0,3	75,1
162	3	0,9	0,9	76
165	10	2,9	2,9	78,9
166	1	0,3	0,3	79,2
167	6	1,7	1,7	80,9
168	1	0,3	0,3	81,2
170	1	0,3	0,3	81,5
171	3	0,9	0,9	82,4
174	1	0,3	0,3	82,7
175	1	0,3	0,3	82,9
176	10	2,9	2,9	85,8
178	1	0,3	0,3	86,1
179	4	1,2	1,2	87,3
180	4	1,2	1,2	88,4
182	1	0,3	0,3	88,7
183	1	0,3	0,3	89
184	2	0,6	0,6	89,6
185	1	0,3	0,3	89,9
186	1	0,3	0,3	90,2
187	14	4	4	94,2
189	6	1,7	1,7	96
190	6	1,7	1,7	97,7
191	1	0,3	0,3	98
192	1	0,3	0,3	98,3
197	2	0,6	0,6	98,8
198	2	0,6	0,6	99,4
199	2	0,6	0,6	100
Total	346	100	100	

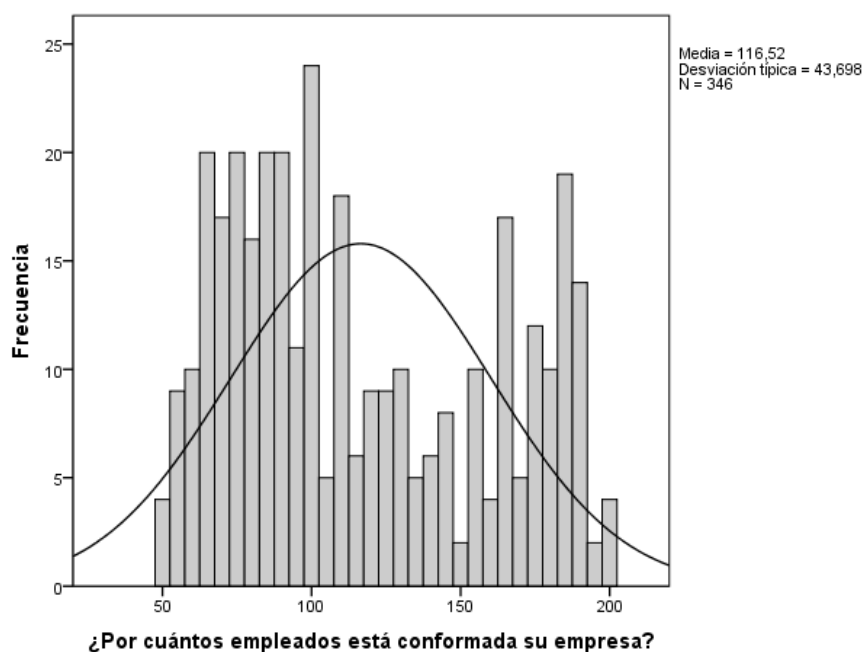


Figura 40. ¿Por cuántos empleados está conformada su empresa?

Análisis ejecutivo

En la Pregunta 2. ¿Por cuántos empleados está conformada su empresa?, en base a los resultados obtenidos por parte de las medianas empresas, PYMES, la participación laboral más alta es de alrededor de 98 empleados, es decir, la mayoría de las empresas no posee un alto número de empleados, pero cuenta con los necesarios con la finalidad de cumplir los objetivos organizacionales para el crecimiento de la empresa.

Análisis comparativo

Según la Cámara de Comercio de Quito en el Boletín Jurídico emitido en junio de 2017 manifiesta que el sistema estadístico regional establece que las PYMES comprenden a todas las empresas formales legalmente constituidas y/o registradas, que lleven registros contables y/o aporten a la seguridad social, comprendidas dentro de los umbrales establecidos en el artículo 3 de

la Decisión 702 de la CAN. La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, mediante resolución, acogió la clasificación de pequeñas y medianas empresas, PYMES, de acuerdo a la normativa implantada por la Comunidad Andina en su Resolución 1260 y la legislación interna vigente (Cámara de Comercio de Quito, 2017).

Tabla 12

Clasificación de pequeñas y medianas empresas, PYMES

Variables	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Grandes Empresas
Personal ocupado	De 1 - 9	De 10 - 49	De 50 - 199	≥ 200
Valor bruto de ventas anuales	≤ 100.000	100.001 - 1.000.000	1.000.001 - 5.000.000	> 5.000.000
Monto de activos	Hasta US\$ 100.000	De US\$ 100.001 hasta US\$ 750.000	De US\$ 750.001 hasta US\$ 3.999.999	≥ 4.000.000

Fuente: (Cámara de Comercio de Quito, 2017)

En base a los resultados obtenidos en las encuestas se ratifica que el número de empleados registrados en su nómina avala su clasificación de mediana empresa, PYME, es decir cumple con los parámetros establecidos por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Pregunta 3

Tabla 13

¿Cuántos años de funcionamiento lleva su empresa en el Ecuador?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	6	3	0,9	0,9
	7	4	1,2	2
	8	13	3,8	5,8
	9	53	15,3	21,1
	10	22	6,4	27,5
	11	4	1,2	28,6
	12	39	11,3	39,9
	13	11	3,2	43,1
	14	5	1,4	44,5
	15	7	2	46,5
	16	20	5,8	52,3
	17	15	4,3	56,6
	18	15	4,3	61
	19	15	4,3	65,3
	20	18	5,2	70,5
	21	7	2	72,5
	22	9	2,6	75,1
	23	12	3,5	78,6
	24	6	1,7	80,3
	25	6	1,7	82,1
	26	10	2,9	85
	27	17	4,9	89,9
	28	14	4	93,9
	29	12	3,5	97,4
	31	2	0,6	98
	32	1	0,3	98,3
	34	1	0,3	98,6
	35	1	0,3	98,8
	36	1	0,3	99,1
	38	1	0,3	99,4
	39	1	0,3	99,7
	62	1	0,3	100
Total	346	100	100	

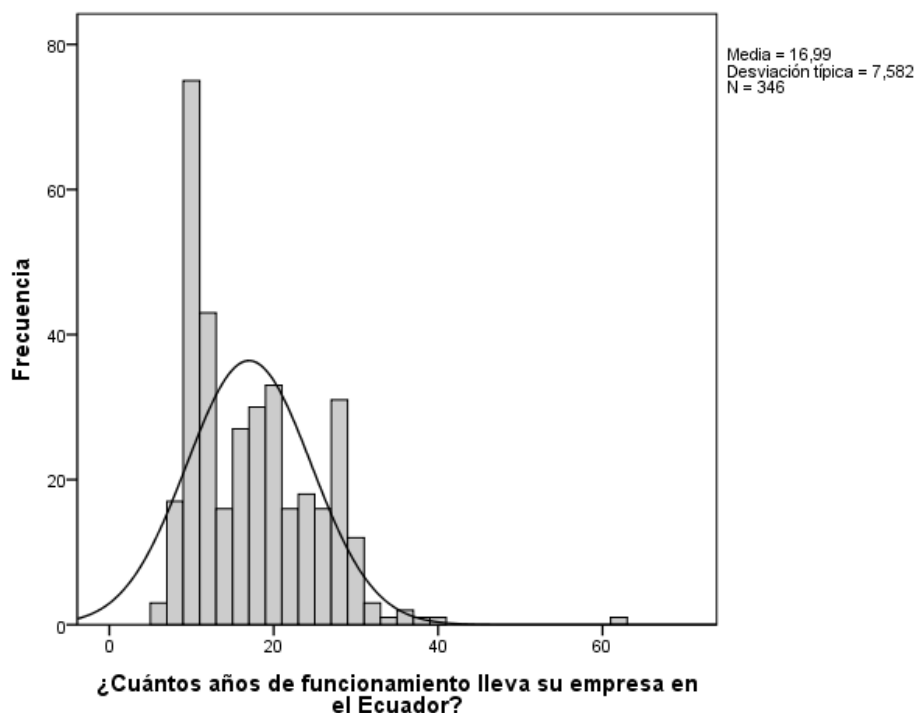


Figura 41. ¿Cuántos años de funcionamiento lleva su empresa en el Ecuador?

Análisis ejecutivo

En la Pregunta 3. ¿Cuántos años de funcionamiento lleva su empresa en el Ecuador?, en base a los resultados obtenidos existe una media de 16 años entre las medianas empresas, PYMES, siendo este nuestro punto de referencia para identificar su participación de mercado y posicionamiento basado en el valor agregado para incrementar sus niveles de productividad y competitividad.

Análisis comparativo

Según el último Censo Nacional Económico realizado en el 2010 (figura 42), por el Instituto Nacional de Estadística y Censos se puede observar que existe una relación directa entre el tamaño de las empresas y el número de años de experiencia empresarial. En el caso de las PyME los años

de experiencia empresarial se ubican entre 8,11 años en la pequeña empresa y 9,45 años en la mediana empresa (Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC, 2010).

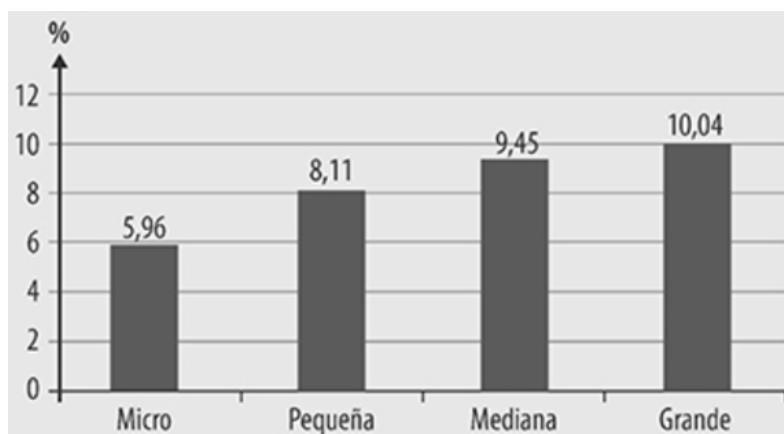


Figura 42. Años de experiencia empresarial de las empresas

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC, 2010)

Los años de experiencia empresarial de las medianas empresas, PYMES, obtenidos en la aplicación de las encuestas refleja una variación en la media de 7,54 es decir, que desde el 2010 las medianas empresas han incrementado sus años de experiencia en el mercado ecuatoriano, fortaleciendo de esta manera su participación de mercado y posicionamiento.

Pregunta 4

Tabla 14

El valor bruto en ventas anuales de su empresa es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1000000	5	1,4	1,4	1,4
	1028346	1	0,3	0,3	1,7
	1028373	1	0,3	0,3	2
	1028374	1	0,3	0,3	2,3
	1029374	1	0,3	0,3	2,6
	1050400	1	0,3	0,3	2,9
	1092000	1	0,3	0,3	3,2
	1230000	1	0,3	0,3	3,5
	1230125	1	0,3	0,3	3,8
	1290000	1	0,3	0,3	4
	1300000	1	0,3	0,3	4,3
	1400300	1	0,3	0,3	4,6
	1400800	1	0,3	0,3	4,9
	1500000	1	0,3	0,3	5,2
	1709323	1	0,3	0,3	5,5
	1726029	1	0,3	0,3	5,8
	1726300	1	0,3	0,3	6,1
	1726309	1	0,3	0,3	6,4
	1726349	1	0,3	0,3	6,6
	1746508	1	0,3	0,3	6,9
	1756649	1	0,3	0,3	7,2
	1800000	1	0,3	0,3	7,5
	1810129	1	0,3	0,3	7,8
	1820000	1	0,3	0,3	8,1
	1820394	2	0,6	0,6	8,7
	1827300	2	0,6	0,6	9,2
	1829304	1	0,3	0,3	9,5
	1829374	1	0,3	0,3	9,8
	1837411	1	0,3	0,3	10,1
	1837456	1	0,3	0,3	10,4
	1837465	1	0,3	0,3	10,7
	1892900	1	0,3	0,3	11
	1900200	1	0,3	0,3	11,3
	1920384	1	0,3	0,3	11,6
	1920394	1	0,3	0,3	11,8
	1922030	1	0,3	0,3	12,1
	1928000	1	0,3	0,3	12,4

Continúa →

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1928300	2	0,6	0,6	13
1928302	1	0,3	0,3	13,3
1928364	1	0,3	0,3	13,6
1928475	1	0,3	0,3	13,9
1938409	1	0,3	0,3	14,2
1938475	1	0,3	0,3	14,5
1984000	1	0,3	0,3	14,7
2000000	45	13	13	27,7
2000010	1	0,3	0,3	28
2000300	1	0,3	0,3	28,3
2000876	1	0,3	0,3	28,6
2000987	1	0,3	0,3	28,9
2001100	1	0,3	0,3	29,2
2008790	1	0,3	0,3	29,5
2009819	1	0,3	0,3	29,8
2018270	1	0,3	0,3	30,1
2019000	1	0,3	0,3	30,3
2019220	1	0,3	0,3	30,6
2019244	1	0,3	0,3	30,9
2019380	1	0,3	0,3	31,2
2020000	1	0,3	0,3	31,5
2029383	1	0,3	0,3	31,8
2029485	1	0,3	0,3	32,1
2029876	1	0,3	0,3	32,4
2030000	1	0,3	0,3	32,7
2039009	1	0,3	0,3	32,9
2039409	1	0,3	0,3	33,2
2039485	1	0,3	0,3	33,5
2039863	1	0,3	0,3	33,8
2039888	1	0,3	0,3	34,1
2039999	1	0,3	0,3	34,4
2045876	1	0,3	0,3	34,7
2049586	1	0,3	0,3	35
2049877	1	0,3	0,3	35,3
2090000	1	0,3	0,3	35,5
2092873	1	0,3	0,3	35,8
2092877	1	0,3	0,3	36,1
2098000	1	0,3	0,3	36,4
2100000	4	1,2	1,2	37,6
2100177	1	0,3	0,3	37,9

Continúa →

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
2100300	1	0,3	0,3	38,2
2130000	1	0,3	0,3	38,4
2200000	3	0,9	0,9	39,3
2211890	1	0,3	0,3	39,6
2230214	1	0,3	0,3	39,9
2230914	1	0,3	0,3	40,2
2236404	1	0,3	0,3	40,5
2245678	1	0,3	0,3	40,8
2249586	1	0,3	0,3	41
2260986	1	0,3	0,3	41,3
2273647	1	0,3	0,3	41,6
2293840	1	0,3	0,3	41,9
2300000	2	0,6	0,6	42,5
2300800	1	0,3	0,3	42,8
2308000	1	0,3	0,3	43,1
2309877	1	0,3	0,3	43,4
2314190	1	0,3	0,3	43,6
2314209	1	0,3	0,3	43,9
2345699	1	0,3	0,3	44,2
2352000	1	0,3	0,3	44,5
2360190	1	0,3	0,3	44,8
2362320	1	0,3	0,3	45,1
2370009	1	0,3	0,3	45,4
2380000	2	0,6	0,6	46
2380987	1	0,3	0,3	46,2
2387654	1	0,3	0,3	46,5
2390000	3	0,9	0,9	47,4
2394190	1	0,3	0,3	47,7
2432980	1	0,3	0,3	48
2443130	1	0,3	0,3	48,3
2456721	1	0,3	0,3	48,6
2456879	1	0,3	0,3	48,8
2500000	3	0,9	0,9	49,7
2500800	1	0,3	0,3	50
2516320	1	0,3	0,3	50,3
2565125	1	0,3	0,3	50,6
2570311	1	0,3	0,3	50,9
2600000	3	0,9	0,9	51,7
2620000	1	0,3	0,3	52
2630198	1	0,3	0,3	52,3

Continúa →

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
2639000	1	0,3	0,3	52,6
2657800	1	0,3	0,3	52,9
2678000	1	0,3	0,3	53,2
2728374	1	0,3	0,3	53,5
2731098	1	0,3	0,3	53,8
2731716	1	0,3	0,3	54
2736000	2	0,6	0,6	54,6
2742315	1	0,3	0,3	54,9
2743000	1	0,3	0,3	55,2
2762000	1	0,3	0,3	55,5
2773663	1	0,3	0,3	55,8
2789345	1	0,3	0,3	56,1
2793000	1	0,3	0,3	56,4
2800000	2	0,6	0,6	56,9
2800100	1	0,3	0,3	57,2
2810948	1	0,3	0,3	57,5
2815163	1	0,3	0,3	57,8
2830000	1	0,3	0,3	58,1
2834000	1	0,3	0,3	58,4
2837904	1	0,3	0,3	58,7
2857149	1	0,3	0,3	59
2859000	1	0,3	0,3	59,2
2870000	1	0,3	0,3	59,5
2872630	1	0,3	0,3	59,8
2876543	1	0,3	0,3	60,1
2881711	1	0,3	0,3	60,4
2900000	3	0,9	0,9	61,3
2900002	1	0,3	0,3	61,6
2928374	1	0,3	0,3	61,8
2928746	1	0,3	0,3	62,1
2937490	1	0,3	0,3	62,4
2938103	1	0,3	0,3	62,7
2938401	1	0,3	0,3	63
2938460	1	0,3	0,3	63,3
2938475	1	0,3	0,3	63,6
2938476	1	0,3	0,3	63,9
2938495	1	0,3	0,3	64,2
2980000	1	0,3	0,3	64,5
3000000	24	6,9	6,9	71,4
3000100	1	0,3	0,3	71,7

Continúa →

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
3000490	1	0,3	0,3	72
3000700	1	0,3	0,3	72,3
3000980	1	0,3	0,3	72,5
3002098	1	0,3	0,3	72,8
3019162	1	0,3	0,3	73,1
3029800	1	0,3	0,3	73,4
3029834	1	0,3	0,3	73,7
3030000	1	0,3	0,3	74
3049588	1	0,3	0,3	74,3
3059276	1	0,3	0,3	74,6
3090000	1	0,3	0,3	74,9
3091888	1	0,3	0,3	75,1
3098700	1	0,3	0,3	75,4
3098909	1	0,3	0,3	75,7
3114203	1	0,3	0,3	76
3140235	1	0,3	0,3	76,3
3180000	1	0,3	0,3	76,6
3200000	1	0,3	0,3	76,9
3221617	1	0,3	0,3	77,2
3230120	1	0,3	0,3	77,5
3230230	1	0,3	0,3	77,7
3236514	1	0,3	0,3	78
3278300	1	0,3	0,3	78,3
3290000	1	0,3	0,3	78,6
3292039	1	0,3	0,3	78,9
3300500	1	0,3	0,3	79,2
3301155	1	0,3	0,3	79,5
3314791	1	0,3	0,3	79,8
3357000	1	0,3	0,3	80,1
3369000	1	0,3	0,3	80,3
3394000	1	0,3	0,3	80,6
3400000	1	0,3	0,3	80,9
3400090	1	0,3	0,3	81,2
3456789	1	0,3	0,3	81,5
3475610	1	0,3	0,3	81,8
3480002	1	0,3	0,3	82,1
3490000	1	0,3	0,3	82,4
3560000	1	0,3	0,3	82,7
3600900	1	0,3	0,3	82,9
3610443	1	0,3	0,3	83,2

Continúa →

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
3612242	1	0,3	0,3	83,5
3620000	1	0,3	0,3	83,8
3706311	1	0,3	0,3	84,1
3713171	1	0,3	0,3	84,4
3714334	1	0,3	0,3	84,7
3726300	1	0,3	0,3	85
3760000	1	0,3	0,3	85,3
3762000	1	0,3	0,3	85,5
3799311	1	0,3	0,3	85,8
3800900	1	0,3	0,3	86,1
3900000	1	0,3	0,3	86,4
3900371	1	0,3	0,3	86,7
3928000	1	0,3	0,3	87
3928374	1	0,3	0,3	87,3
4000000	14	4	4	91,3
4000987	1	0,3	0,3	91,6
4004000	1	0,3	0,3	91,9
4029236	1	0,3	0,3	92,2
4100343	1	0,3	0,3	92,5
4200000	1	0,3	0,3	92,8
4214375	1	0,3	0,3	93,1
4300000	1	0,3	0,3	93,4
4376000	1	0,3	0,3	93,6
4437868	1	0,3	0,3	93,9
4500000	3	0,9	0,9	94,8
4500700	1	0,3	0,3	95,1
4723000	1	0,3	0,3	95,4
4723740	1	0,3	0,3	95,7
4830000	1	0,3	0,3	96
4890276	1	0,3	0,3	96,2
4920000	1	0,3	0,3	96,5
4928304	1	0,3	0,3	96,8
4928374	1	0,3	0,3	97,1
4930900	1	0,3	0,3	97,4
4982565	1	0,3	0,3	97,7
5000000	8	2,3	2,3	100
Total	346	100	100	

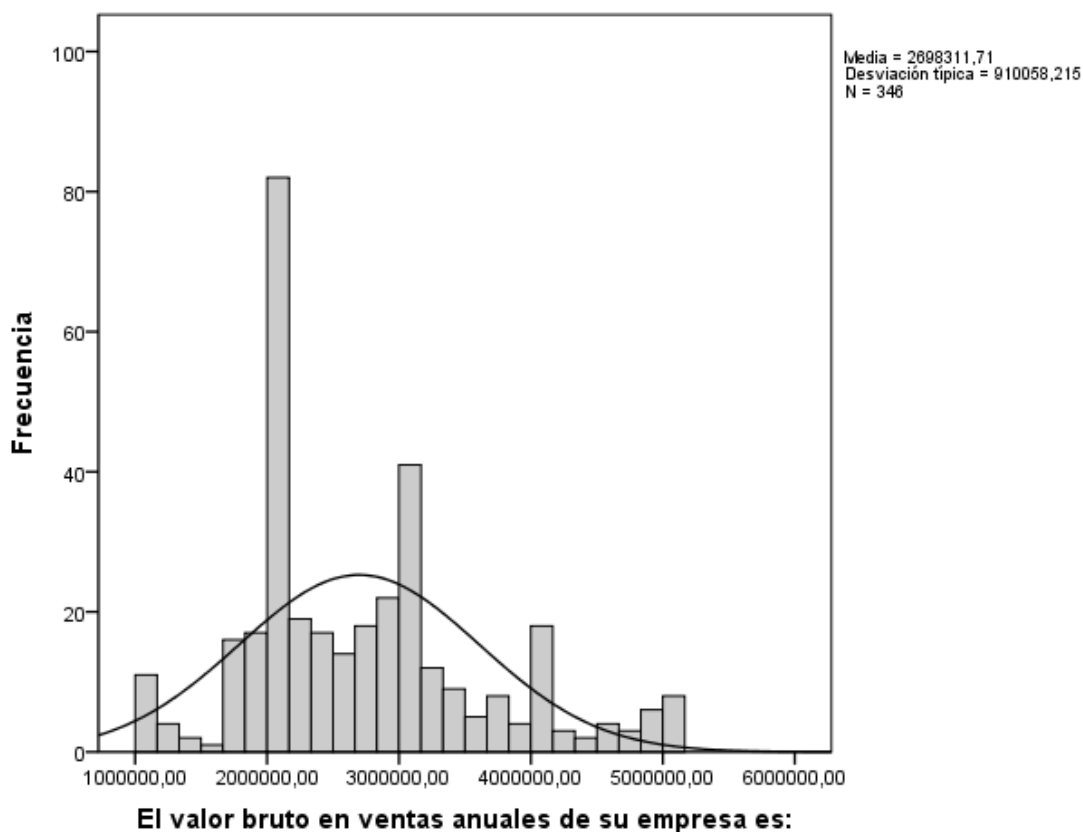


Figura 43. El valor bruto en ventas anuales de su empresa es:

Análisis ejecutivo

En la Pregunta 4. El valor bruto en ventas anuales de su empresa es:, del total de las encuestas realizadas se obtuvo una media de 2'698.311,71 millones de dólares, es decir dentro de la categoría mediana empresa, PYME, el margen que constituye el valor bruto en ventas anuales se encuentra en más del 50% sobre el valor límite inferior.

Análisis comparativo

Según un estudio realizado a la pequeña y mediana empresa Pyme, por parte de la Revista EKOS en el año 2013, obtuvieron que las Pymes, al contar con estructuras más pequeñas, hacen fácil el ajustarse a los requerimientos del mercado y de los clientes, es por ello que los ingresos no

operacionales promedio anual de las medianas empresas fue de 2.406,94 (en USD millones) (Unidad de Análisis Económico e Investigación Ekos Negocios, 2013).

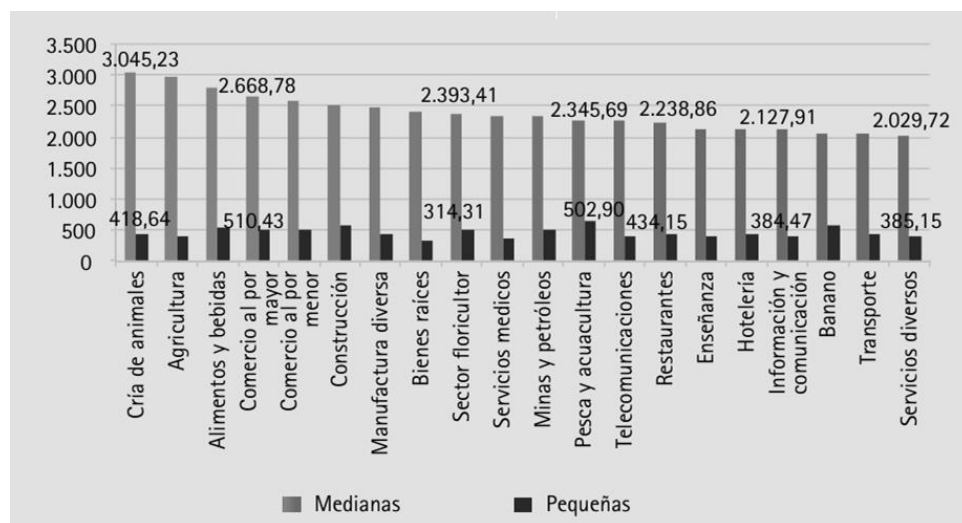


Figura 44. Ingresos no operacionales promedio anual de las Pymes por sector (en USD millones)

Fuente: (Ekos Negocios, 2013)

A partir del 2013 al 2017 se obtuvo que el valor bruto en ventas (ingresos no operacionales) promedio anual de las medianas empresas, PYMES, incrementó en alrededor de 11 puntos porcentuales a lo obtenido en el 2013; es decir, las empresas tuvieron un incremento en su valor en ventas brutas.

Pregunta 5

Tabla 15

Califique del 1 al 5 considerando el 1 como el de menor importancia y 5 como el de mayor importancia, si las políticas, manuales de procedimientos y descripción de cargos y funciones son conocidas y acatadas por toda la empresa con la finalidad de cumplir los objetivos organizacionales.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	2	10	2,9	2,9	2,9
	3	162	46,8	46,8	49,7
	4	154	44,5	44,5	94,2
	5	20	5,8	5,8	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

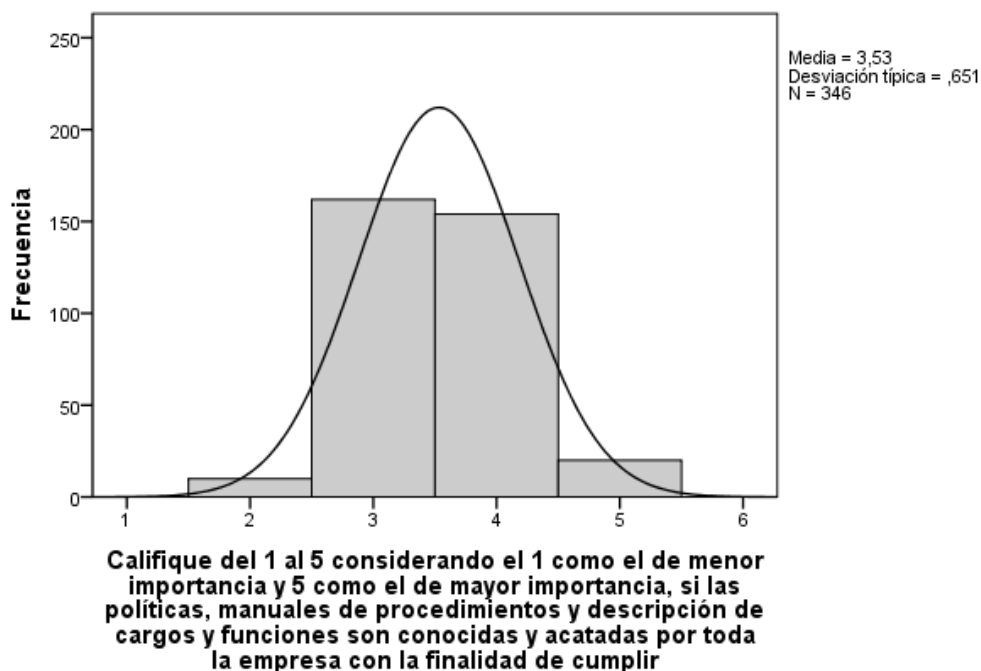


Figura 45. Califique del 1 al 5 considerando el 1 como el de menor importancia y 5 como el de mayor importancia, si las políticas, manuales de procedimientos y descripción de cargos y funciones son conocidas y acatadas por toda la empresa con la finalidad de cumplir los objetivos organizacionales.

Análisis ejecutivo

En la Pregunta 5. Califique del 1 al 5 considerando el 1 como el de menor importancia y 5 como el de mayor importancia, si las políticas, manuales de procedimientos y descripción de cargos y funciones son conocidas y acatadas por toda la empresa con la finalidad de cumplir los objetivos organizacionales, la mayor participación de las medianas empresas, PYMES, se enmarcó dentro de un ámbito en el cual el grado de importancia de esta pregunta representa un nivel 3, es decir, el conocimiento de los documentos mencionados en la pregunta permiten que los índices de eficiencia y productividad de la empresa aumente continuamente.

Análisis comparativo

Según un estudio realizado por IEBS In Company – Formación para Empleados en el 2015 afirma que la información extraída de las políticas, manuales, entre otros documentos organizacionales ya legalizados en una empresa sirven de base para que las estrategias de negocio vayan cada vez más enfocadas a un objetivo concreto. El personal que es parte de una organización debe conocer sus manuales y políticas, ya que permite recabar información relevante para la empresa y configurar un cuadro de mando estratégico simple y claro para guiar en la toma de decisiones. En definitiva, el conocimiento de la información por parte del personal dota a una empresa de ventaja competitiva ya que te permite poner en marcha acciones concretas, estudiadas y apoyadas por datos reales (IEBS In Company, 2015).

Actualmente las medianas empresas, PYMES, consideran que el conocimiento de manuales, políticas y descripción de funciones principalmente por parte del personal es importante para el cumplimiento de los objetivos organizacionales, resultado que concuerda con estudios anteriormente realizados.

Pregunta 6

Tabla 16

El nivel de dedicación y concentración en el trabajo que realizan sus colaboradores durante la jornada laboral es considerado:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Excelente	22	6,4	6,4	6,4
	Bueno	107	30,9	30,9	37,3
	Aceptable	182	52,6	52,6	89,9
	Regular	35	10,1	10,1	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

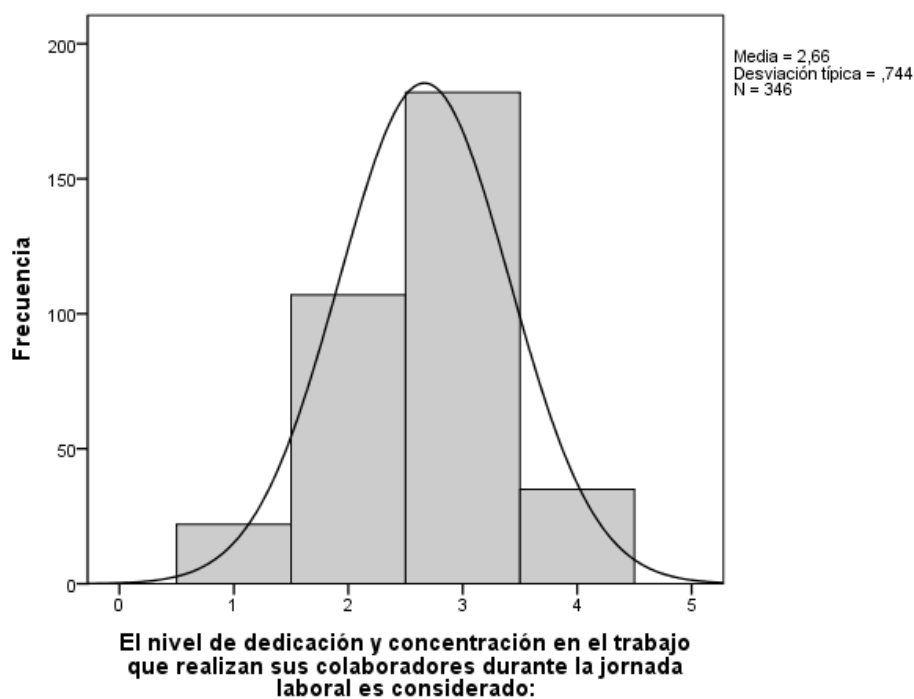


Figura 46. El nivel de dedicación y concentración en el trabajo que realizan sus colaboradores durante la jornada laboral es considerado:

Análisis ejecutivo

En la Pregunta 6. El nivel de dedicación y concentración en el trabajo que realizan sus colaboradores durante la jornada laboral es considerado:, la mayor participación de las medianas empresas, PYMES, se engloba en base a que la dedicación y concentración del personal en la realización de sus actividades es aceptable en una escala de Likert, esto permite poder cumplir con una planificación establecida dentro de la empresa direccionada al cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Análisis comparativo

Según un estudio realizado por el Ministerio de Trabajo en el Ecuador durante el año 2015, se manifiesta que la participación, implicación y responsabilidad laboral (figura 47) de los trabajadores dentro de una empresa es inadecuado con el 43,70%, lo que se evidencia con la presencia de dificultades en el ambiente laboral porque desean alcanzar objetivos profesionales en corto tiempo, provocando insatisfacción laboral lo que afecta al rendimiento de los trabajadores y a la productividad de la empresa (Ministerio de Trabajo, 2015).

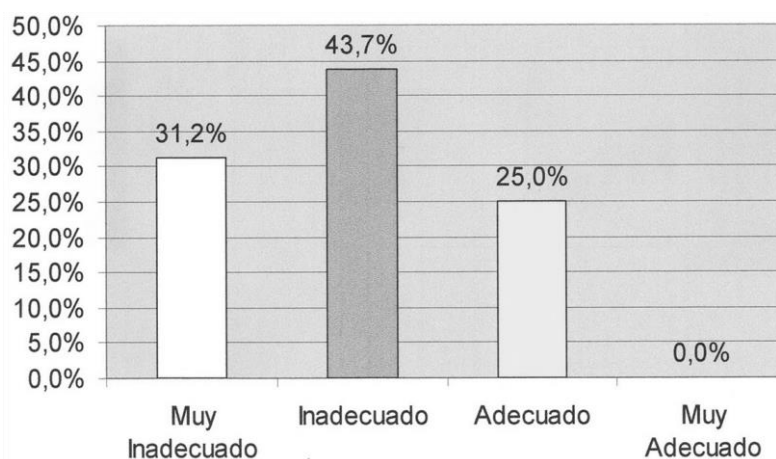


Figura 47. Participación, implicación y responsabilidad laboral

Fuente: (Ministerio de Trabajo, 2015)

En comparación con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a las medianas empresas, PYMES, se obtiene que el nivel de dedicación de los trabajadores en el desempeño de su jornada laboral ha incrementado 5,3 puntos a un nivel aceptable, ya que anteriormente se encontraba en un nivel inferior a este, es decir, cumplen con los requerimientos para el desarrollo y aumento de la productividad de la empresa; pero aun así el factor de valor agregado a su trabajo sigue siendo insuficiente.

Pregunta 7

Tabla 17

¿En qué porcentaje (aproximación) anual los ingresos que percibe la empresa son superiores a los costos y gastos que se pagan por concepto del negocio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1,00	1	,3	,3
	1,89	1	,3	,6
	1,90	1	,3	,9
	2,00	17	4,9	5,8
	2,10	1	,3	6,1
	2,60	1	,3	6,4
	3,00	23	6,6	13,0
	3,31	1	,3	13,3
	3,76	1	,3	13,6
	3,87	1	,3	13,9
	3,89	1	,3	14,2
	4,00	23	6,6	20,8
	4,50	1	,3	21,1
	4,76	1	,3	21,4

Continúa →

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
5,00	42	12,1	12,1	33,5
5,50	1	,3	,3	33,8
5,98	1	,3	,3	34,1
6,00	27	7,8	7,8	41,9
6,90	1	,3	,3	42,2
6,99	1	,3	,3	42,5
7,00	25	7,2	7,2	49,7
7,50	1	,3	,3	50,0
8,00	25	7,2	7,2	57,2
8,12	1	,3	,3	57,5
8,88	1	,3	,3	57,8
9,00	36	10,4	10,4	68,2
9,11	1	,3	,3	68,5
9,29	1	,3	,3	68,8
9,45	1	,3	,3	69,1
9,70	1	,3	,3	69,4
9,90	1	,3	,3	69,7
10,00	62	17,9	17,9	87,6
10,21	1	,3	,3	87,9
10,90	2	,6	,6	88,4
11,00	1	,3	,3	88,7
12,00	14	4,0	4,0	92,8
12,11	1	,3	,3	93,1
12,17	1	,3	,3	93,4
13,00	2	,6	,6	93,9
14,00	1	,3	,3	94,2
15,00	10	2,9	2,9	97,1
16,00	2	,6	,6	97,7
17,00	1	,3	,3	98,0
18,00	2	,6	,6	98,6
20,00	4	1,2	1,2	99,7
30,00	1	,3	,3	100,0
Total	346	100,0	100,0	

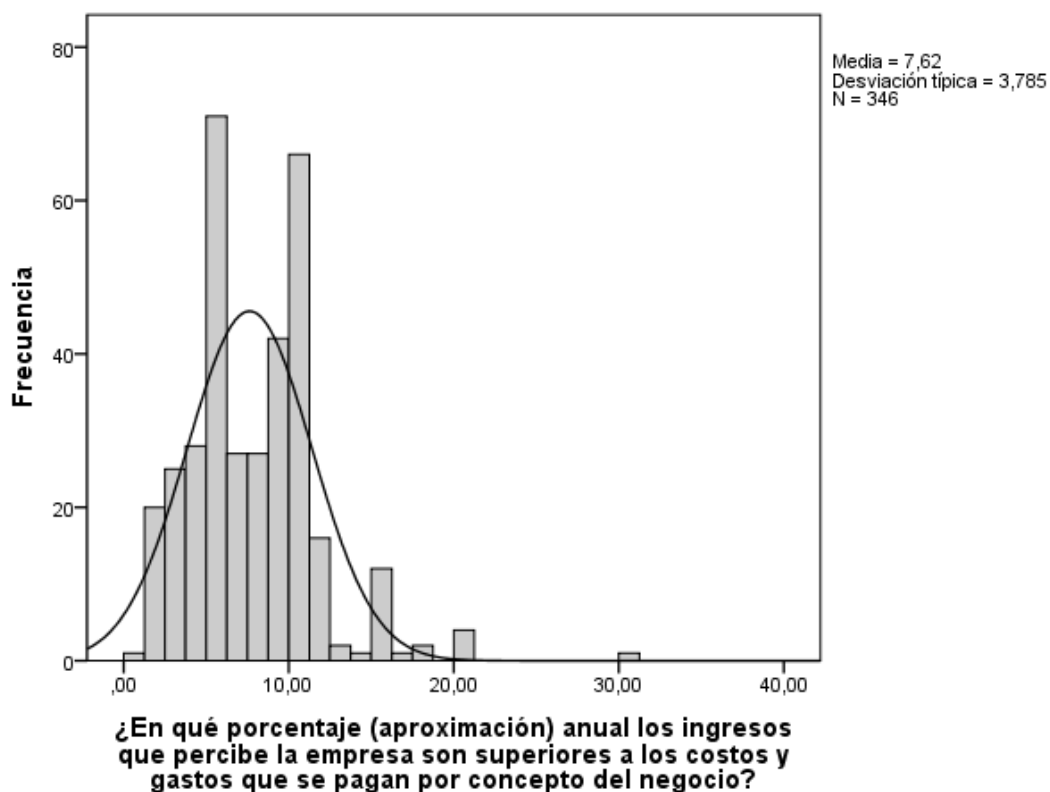


Figura 48. ¿En qué porcentaje (aproximación) anual los ingresos que percibe la empresa son superiores a los costos y gastos que se pagan por concepto del negocio?

Análisis ejecutivo

En la Pregunta 7. ¿En qué porcentaje (aproximación) anual los ingresos que percibe la empresa son superiores a los costos y gastos que se pagan por concepto del negocio?, una vez obtenidos los resultados se puede determinar que existe una media del 7,62% de ingresos superiores a costos y gastos que la empresa posee, es decir, en cierto punto se está cubriendo el valor de los egresos, reflejando que el departamento financiero conjuntamente con los directivos están estableciendo políticas que le permite a la empresa permanecer en el mercado.

Análisis comparativo

Según un estudio realizado a la pequeña y mediana empresa Pyme, por parte de la Revista EKOS en el año 2015, obtuvieron que los ingresos de las Pymes (figura 49) presentaban una media del 7%; es decir, estos resultados alcanzan también la necesidad de fortalecer los vínculos del país, favoreciendo el desempeño de las medianas empresas, Pymes, sin embargo, los precios de venta no permiten que se alcancen niveles de utilidad tan elevados, a través de los cuales se pueda obtener una rentabilidad mayor (Unidad de Análisis Económico e Investigación EKOS Negocios, 2015).

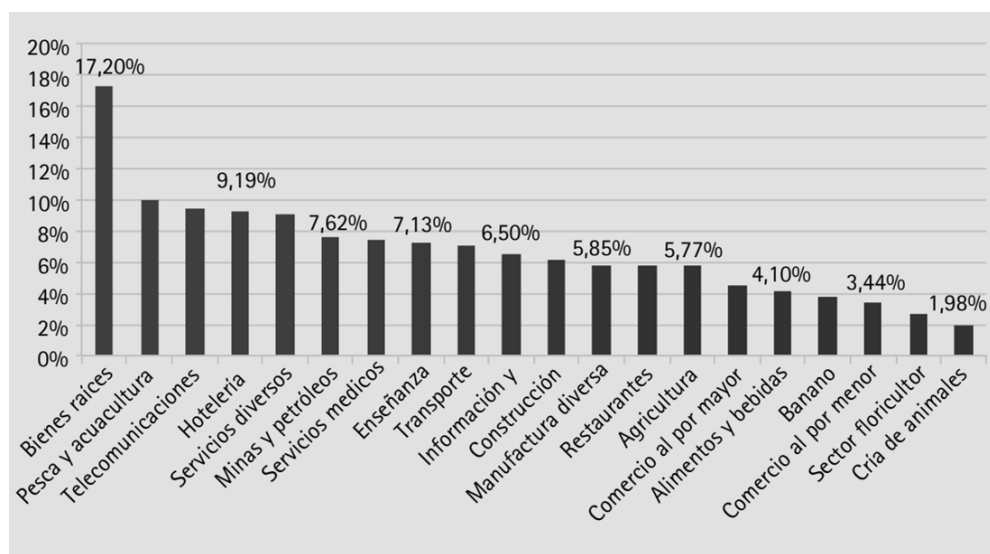


Figura 49. Composición de los ingresos de las empresas medianas por sector

Fuente: (EKOS Negocios, 2015)

Los datos obtenidos actualmente por parte de las medianas empresas, PYMES, refleja que desde el 2015 al 2017 que el porcentaje anual de ingresos que son superiores a los egresos que se cancelan por concepto del negocio ha incrementado 0,62 puntos, tomando en cuenta que en los últimos años se han incrementado las reformas en cuanto al pago de impuestos e intereses, por lo cual las empresas siguen presentando deficientes niveles de valor agregado dentro de su productividad, por ende, su sus ingresos siguen siendo mínimos.

Pregunta 8

Tabla 18

Califique del 1 al 5 considerando el 5 como el mayor grado de semejanza y el 1 el menor, si el aprovechamiento de los recursos que posee la empresa es suficiente para realizar las diferentes actividades diarias y cumplir con los requerimientos de los clientes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	20	5,8	5,8	5,8
	2	176	50,9	50,9	56,6
	3	110	31,8	31,8	88,4
	4	32	9,2	9,2	97,7
	5	8	2,3	2,3	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

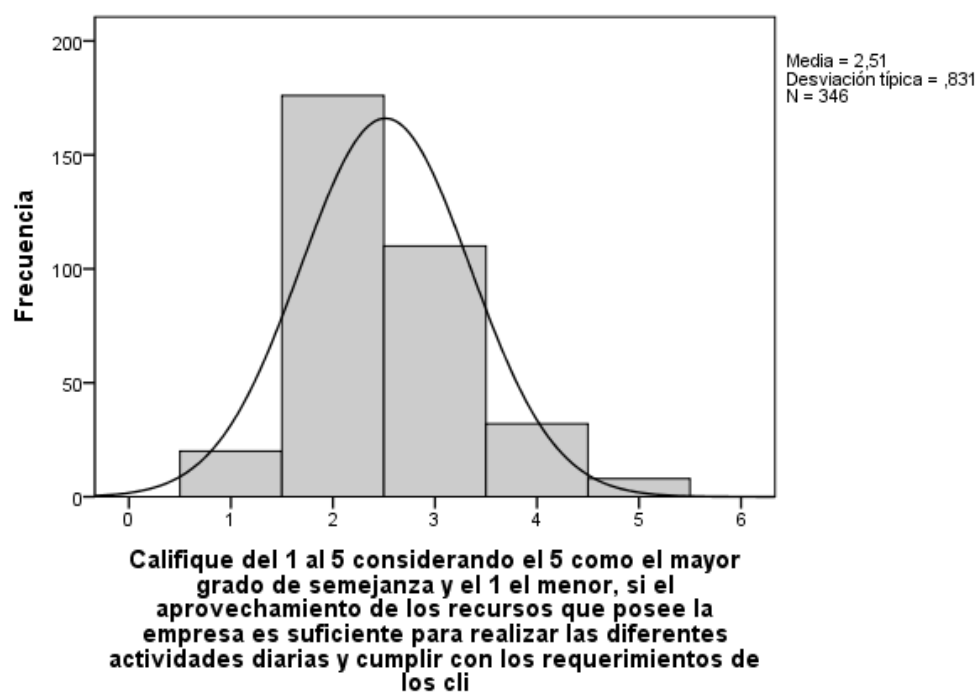


Figura 50. Califique del 1 al 5 considerando el 5 como el mayor grado de semejanza y el 1 el menor, si el aprovechamiento de los recursos que posee la empresa es suficiente para realizar las diferentes actividades diarias y cumplir con los requerimientos de los clientes.

Análisis ejecutivo

En la Pregunta 8. Califique del 1 al 5 considerando el 5 como el mayor grado de semejanza y el 1 el menor, si el aprovechamiento de los recursos que posee la empresa es suficiente para realizar las diferentes actividades diarias y cumplir con los requerimientos de los clientes, el aprovechamiento de recursos que posee el país por parte de las medianas empresas, PYMES, sigue siendo mínimo ya que en una escala de Likert la valoración 2 representa la mayor aceptación del total de las empresas, aunque existen lineamientos base para utilizar de manera eficiente los

recursos beneficiando a su desarrollo y crecimiento, en la parte aplicativa el eliminar el miedo al cambio y a lo desconocido sigue siendo uno de los principales factores para este aspecto.

Análisis comparativo

Según el artículo *La productividad de los recursos, factores estratégicos de costos y calidad* en la Revista Tecnura en el marzo del 2012 afirma que la integración eficiente de los recursos garantiza el desarrollo de los procesos de las empresas, de tal forma que la productividad de los recursos permita minimizar costos y mejorar calidad. Por tal razón, en la medida en que las medianas empresas se proyecten a elevar la utilización de los recursos a una valoración 3 o 4 tendrán una buena optimización de los recursos, acorde con los cambios generados por la economía, los sistemas de información, la tecnología y la sociedad en general, es posible incrementar la productividad y la diferenciación de los productos en el mercado (Gómez, 2012).

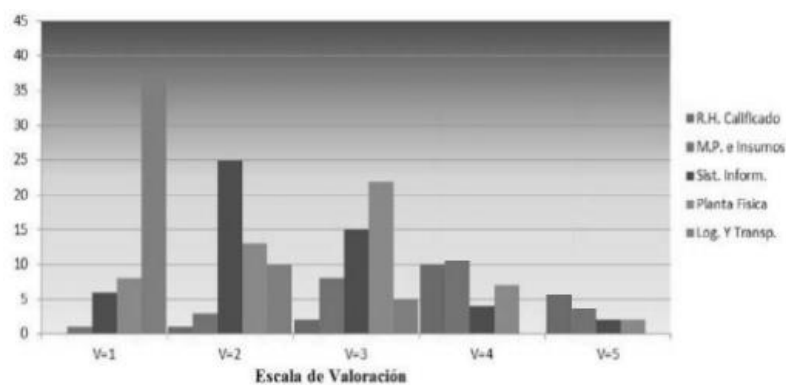


Figura 51. Valoración de la utilización de recursos que posee el Ecuador por parte de las empresas

Fuente: (Gómez, O., 2012)

En base al anterior estudio realizado en marzo de 2012, los resultados de las encuestas aplicadas a las medianas empresas, PYMES, ratifican que el aprovechamiento de los recursos que posee el país sigue siendo mínimo, razón por la cual se ve afectado el nivel de productividad de las mismas y por ende el acceso a nuevos mercados sigue siendo uno de los principales inconvenientes ya que al no poseer una utilización óptima de los recursos, el valor agregado a sus actividades comerciales siguen siendo limitadas.

Pregunta 9

Tabla 19

El nivel de ventas de su empresa durante el año 2017, comparadas con las ventas que se lograron el año 2016 han:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Crecimiento	178	51,4	51,4	51,4
Igual	152	43,9	43,9	95,4
Decrecimiento	16	4,6	4,6	100,0
Total	346	100,0	100,0	

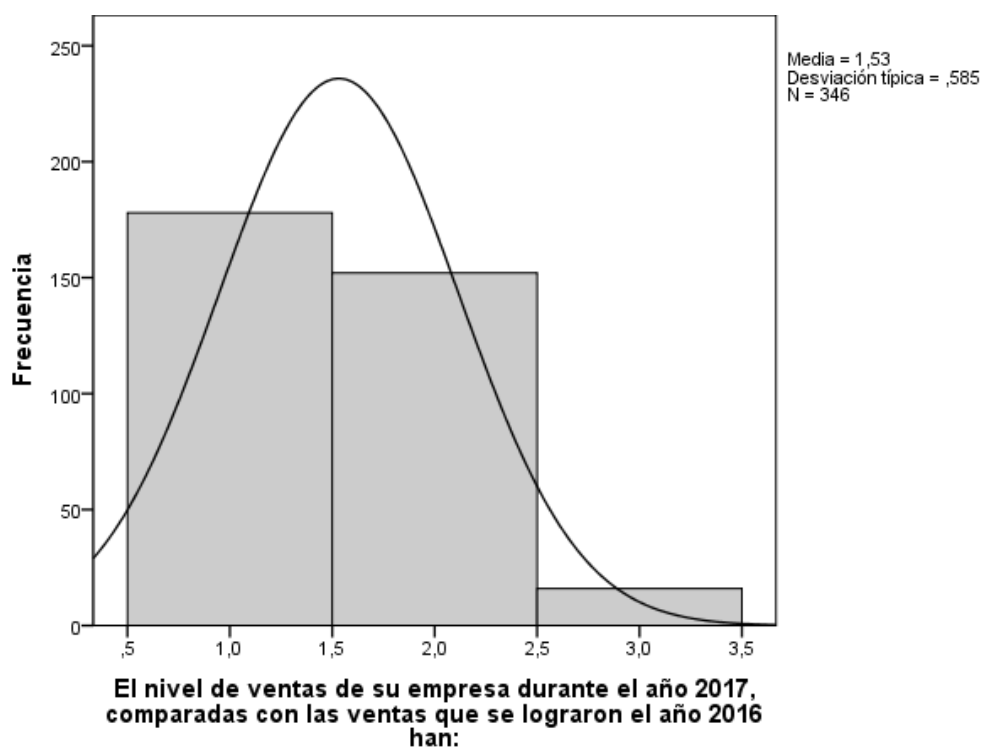


Figura 52. El nivel de ventas de su empresa durante el año 2017, comparadas con las ventas que se lograron el año 2016 han:

Análisis ejecutivo

En la Pregunta 9. El nivel de ventas de su empresa durante el año 2017, comparadas con las ventas que se lograron el año 2016 han:, 1,4 puntos más de la mitad de las medianas empresas, PYMES, encuestadas afirmó tener un crecimiento de ventas, aunque mínimo, pero en general su valor en ventas anuales se va incrementando continuamente, tomando en cuenta que el resto de las empresas no presenta variaciones en sus ventas debido a un nivel de productividad bajo.

Análisis comparativo

Según el Ministerio de Industrias y Productividad en el informe del Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe - SELA de Innovación, competitividad y productividad de las

PYMES en el 2015, manifiesta apenas el 33% de las pymes tiene una estrategia para creer en ventas es por ello que el crecimiento de las ventas en las medianas empresas representa el 15,10%; ya que se reflejan importantes desafíos por las medianas empresas desde las actividades primarias que enfrentan los mayores costos, incidiendo en la rentabilidad de los negocios, por lo tanto es fundamental elaborar políticas orientadas al desarrollo de las actividades de las Pymes para consolidar su presencia (Ministerio de Industrias y Productividad, 2015).



Figura 53. Ventas totales según tamaño de las empresas y el sector económico

Fuente: (Ministerio de Industrias y Productividad, 2015)

En base a los resultados las medianas empresas, PYMES, afirman tener un crecimiento en las ventas, considerando que del 2016 al 2017 aparentemente tuvieron un incremento en las ventas de 36,3 puntos, pero por otro lado el rendimiento o utilidad que se ha generado ha sido mínimo, aunque han podido sobrevivir en el mercado no logran optimizar sus costos y gastos para lograr tener una mayor rentabilidad e incrementar los niveles de productividad y competitividad en el mercado.

Pregunta 10

Tabla 20

Indique cuáles son los factores más relevantes que han identificado como obstáculo a la mejora de la productividad dentro de su empresa (# de obstáculos).

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1 Obstáculo a la mejora de la productividad	20	5,8	5,8	5,8
	2 Obstáculos a la mejora de la productividad	165	47,7	47,7	53,5
	3 Obstáculos a la mejora de la productividad	121	35,0	35,0	88,4
	4 Obstáculos a la mejora de la productividad	33	9,5	9,5	98,0
	5 Obstáculos a la mejora de la productividad	7	2,0	2,0	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

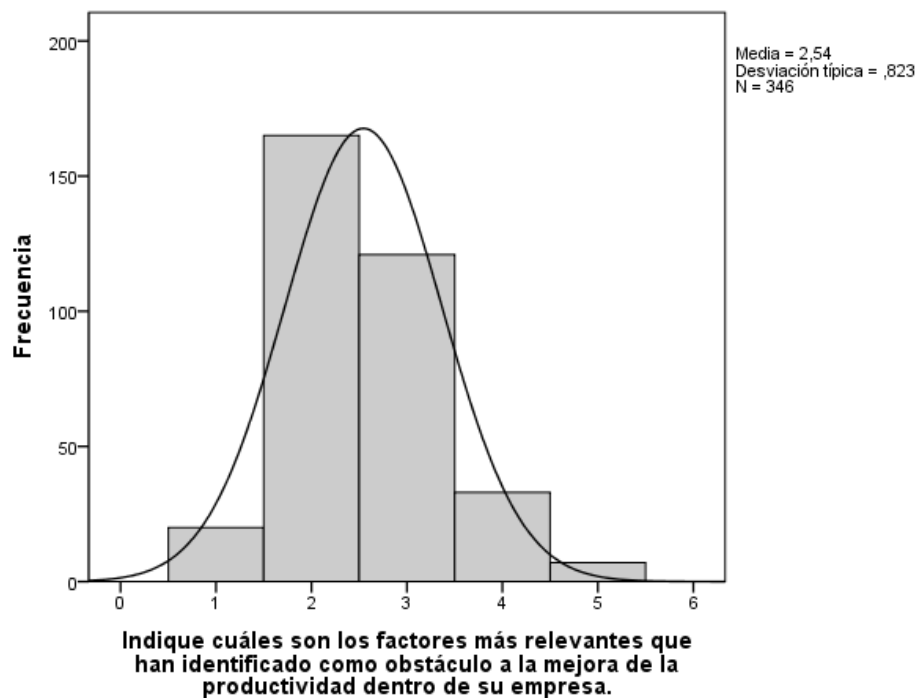


Figura 54. Indique cuáles son los factores más relevantes que han identificado como obstáculo a la mejora de la productividad dentro de su empresa (# de obstáculos).

Análisis ejecutivo

En la Pregunta 10. Indique cuáles son los factores más relevantes que han identificado como obstáculo a la mejora de la productividad dentro de su empresa., se obtuvo como resultado que la mayor participación de las medianas empresas, PYMES, afirmó tener dos o tres obstáculos (figura 54) que interfieren en la mejora continua de la productividad, ya que esta variable se ha vuelto uno de los temas más controversiales en el desarrollo y crecimiento de las empresas.

Por otro lado, en la figura 55 se puede evidenciar que el mayor obstáculo para la mejora de la productividad que poseen las medianas empresas, PYMES, son las limitaciones en capacidad de administración y/o gestión, enfocándose principalmente en la utilización adecuado y eficiente de

los recursos; también tomamos en consideración que otro obstáculo que afecta a las empresas hace referencia a que los costos de maquinaria y/o tecnología se encuentra por encima de la capacidad de pago, lo cual afecta directamente al desarrollo adecuado de los procesos y por ende disminuye sus niveles de competitividad en el mercado.

Tabla 21

Indique cuáles son los factores más relevantes que han identificado como obstáculo a la mejora de la productividad dentro de su empresa (variables).

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Costos de maquinaria y/o tecnología por encima de capacidad de pago	106	21,3	21,3	21,3
	Limitaciones de la empresa en capacidad de administración y/o gestión	127	25,6	25,6	46,9
	Limitado acceso al crédito	74	14,9	14,9	61,8
	Problemas de infraestructura (incluido transportes y comunicaciones)	86	17,3	17,3	79,1
	Dificultades para acceder a nuevos mercados	81	16,3	16,3	95,4
	Falta de políticas de fomento a la inversión	23	4,6	4,6	100,0
	Otros	0			
	Total	497	100,0		

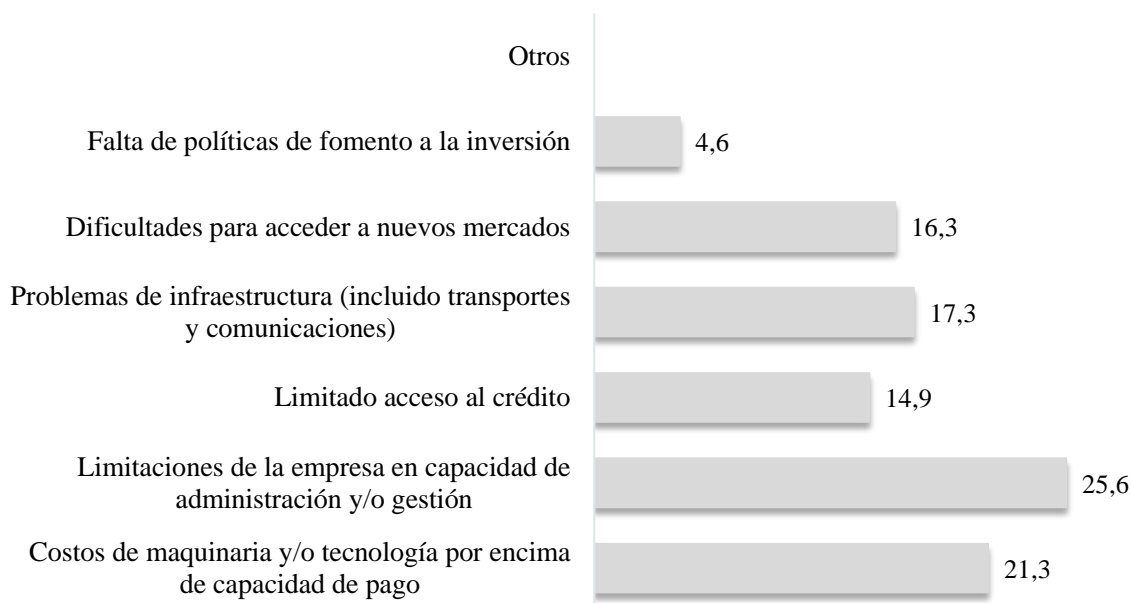


Figura 55. Indique cuáles son los factores más relevantes que han identificado como obstáculo a la mejora de la productividad dentro de su empresa (variables).

Análisis comparativo

Según el artículo *Las pymes deben optimizar su gestión para incrementar sus niveles de productividad*, publicado en la Revista EKOS en el 2013 afirma que el mundo empresarial es un extenso océano, con diferentes actores que compiten por adquirir recursos para su subsistencia. El tamaño, así como sus características, son factores que determinan la oportunidad de permanencia dentro del sistema; considerando que todas adoptan estructuras y modelos heterogéneos, solo la que disponga de una estrategia óptima conseguirá crecer. La dinámica para adaptarse ante condiciones más rigurosas del mercado actual; con competidores más agresivos, consumidores exigentes y complejos, acuerdos comerciales internacionales, mayores obligaciones administrativas y fiscales, hace que la presencia de las Pymes sea valorada dentro del sistema económico. Estos resultados demuestran que las Pymes se encuentran todavía lejos de ofrecer una

eficiente administración de los recursos para conseguir resultados positivos. La presencia de varios obstáculos para las Pymes ha dificultado el incremento de sus niveles de productividad (EKOS Negocios, 2013, p.79).

Lo que ratifica los resultados obtenidos por las medianas empresas, PYMES en el Distrito Metropolitano de Quito; ya que el bajo aprovechamiento de recursos dificulta el incremento de la productividad y la presencia de los obstáculos y el no adecuado manejo de estos crea limitaciones en el desarrollo y crecimiento de estas empresas.

Pregunta 11

Tabla 22

La asignación de un presupuesto para innovación y desarrollo de nuevos productos y/o servicios, es considerado dentro del presupuesto de la empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	163	47,1	47,1	47,1
	No	140	40,5	40,5	87,6
	Le es indiferente	43	12,4	12,4	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

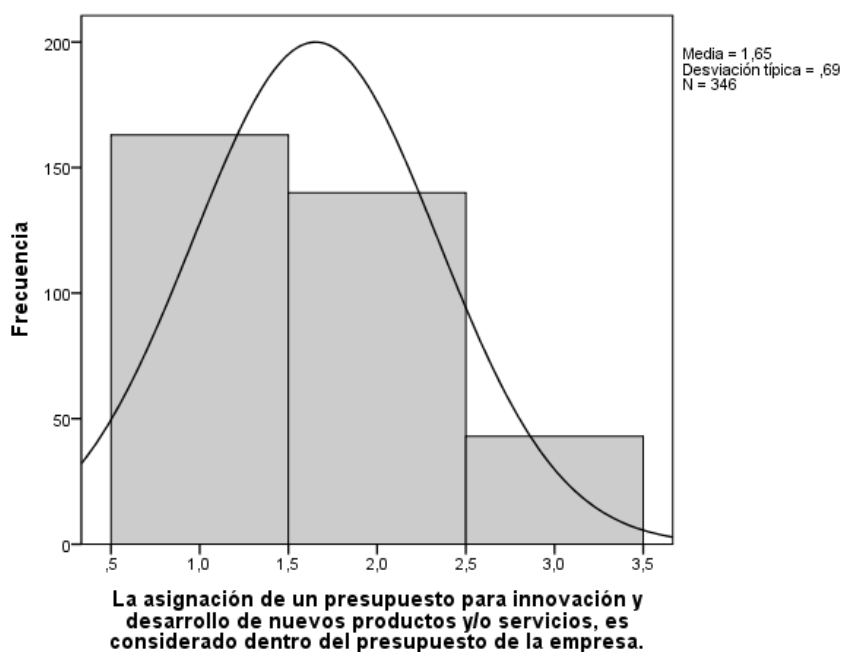


Figura 56. La asignación de un presupuesto para innovación y desarrollo de nuevos productos y/o servicios, es considerado dentro del presupuesto de la empresa.

Análisis ejecutivo

En la Pregunta 11. La asignación de un presupuesto para innovación y desarrollo de nuevos productos y/o servicios, es considerado dentro del presupuesto de la empresa., la mayor participación por parte de las medianas empresas sí cuentan con este tipo de presupuesto dentro de su planificación financiera, ya que el tema de innovación es una variable que le permite a las empresas ser más competitiva dentro del mercado nacional en primera instancia y en segundo lugar genera oportunidades para acceder a mercados extranjeros.

Análisis comparativo

Según el artículo *Inversión en el proceso de innovación en empresas pequeñas y medianas*, publicado en la Revista Scielo durante 2012 afirma que la inversión en innovación es del 38 y 35%

en las medianas y pequeñas empresas respectivamente lo cual les ayuda a adaptarse a las necesidades de forma eficiente. En este punto el cliente pasa a ser el principal beneficiado de dicha innovación ya que las tecnologías de la información y el conocimiento lo ubican en el centro de la escena. Donde la mejora de la competitividad es uno de los principales objetivos que deben tener en mira las Pymes a la hora de invertir en innovación. Sin embargo, dicha mejora no puede apuntar exclusivamente a la optimización de recursos y disminución de costes laborales ya que esto no es sostenible en el tiempo. La innovación debe tener como finalidad el crecimiento y desarrollo de negocio, captando clientes, abriendo mercados y diseñando nuevos productos (Olliver, 2013, p.14).

Tabla 23

Número y porcentaje de empresas que han realizado algún tipo de inversión en la innovación

Tamaño de empresas	Innovación al producto (Número / %)	Innovación al proceso (Número / %)	Innovación a ambos (Número / %)	Suma (Número / %)
Pequeñas	18 / 35	15 / 30	18 / 35	51 / 100
Medianas	7 / 33	8 / 38	6 / 29	21 / 100
Suma	25 / 35	23 / 32	24 / 33	72 / 100

Fuente: (Olliver, J., 2013)

Lo que ratifica los resultados obtenidos en la aplicación del cuestionario a las medianas empresas, tomando en cuenta que en los últimos 4 años el tema de generar un presupuesto para innovación ha incrementado 9,10 puntos, lo que significa que sus ventajas y oportunidades se incrementan en cuanto a la mayor flexibilidad interna, el dinamismo del mercado, y capacidad de respuesta frente a nuevas situación económicas, política, tecnológicas, entre otras; para lograr generar una economía sustentable y sostenible.

Pregunta 12

Tabla 24

La capacidad de la empresa para producir y/o comercializar bienes y servicios en un entorno bajo condiciones más atractivas que las de sus competidores se direcciona a:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Calidad	115	33,2	33,2	33,2
	Precio	182	52,6	52,6	85,8
	Diferenciación	49	14,2	14,2	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

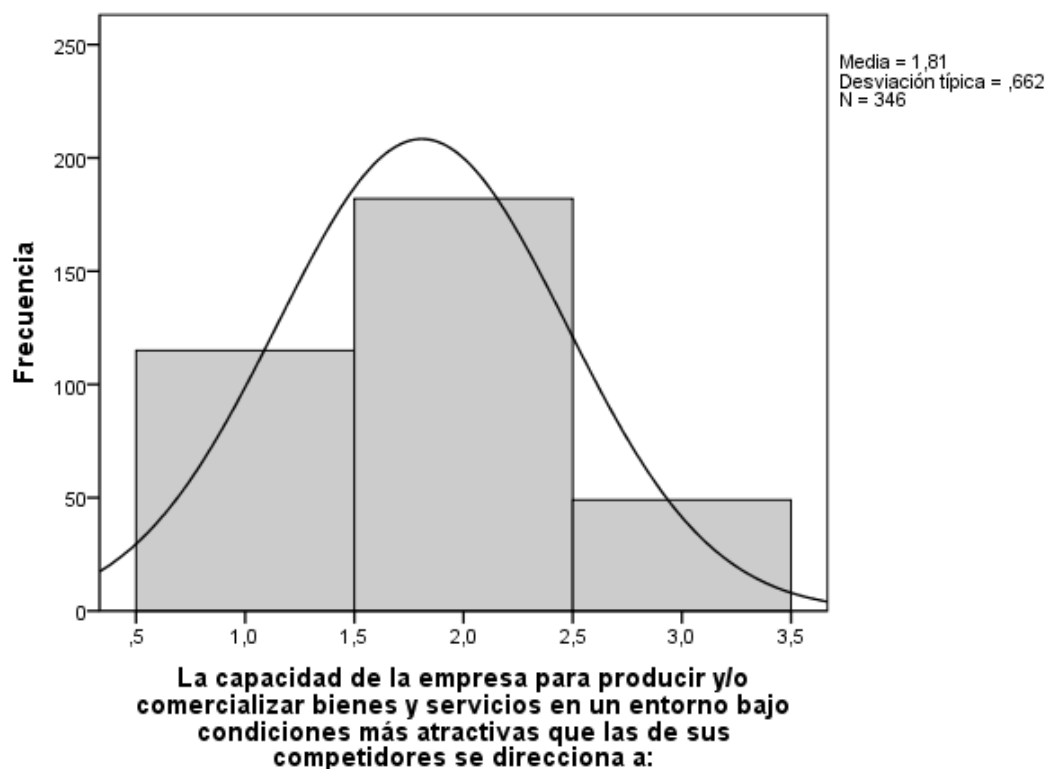


Figura 57. La capacidad de la empresa para producir y/o comercializar bienes y servicios en un entorno bajo condiciones más atractivas que las de sus competidores se direcciona a:

Análisis ejecutivo

En la Pregunta 12. La capacidad de la empresa para producir y/o comercializar bienes y servicios en un entorno bajo condiciones más atractivas que las de sus competidores se direcciona a:, en base a los resultados obtenidos la mayor concentración de medianas empresas, PYMES, se enfocan en el precio, debido a que en la actualidad el precio que un cliente paga por un producto y/o servicios es considerado como el factor decisivo al momento de realizar la compra.

Análisis comparativo

Según el artículo *Las Pymes y su rol en el Comercio*, publicado en la Revista Centro de Estudios para el Desarrollo Empresarial - CEDE durante 2013 afirma que las pymes en el Ecuador no consideran la importancia que genera la calidad de sus productos para competir en el mercado sino por el contrario se enmarcan dentro de una idea errónea de que precios bajos atraen un mayor número de clientes siendo este un factor que puede incidir en su nivel de éxito o fracaso ante los consumidores, es por ello que el 57,62% de las Pymes consideran que el precio es el factor clave para atraer clientes, dejando de lado a la calidad que deben tener sus productos o servicios. Por esta razón de la importancia y el papel que tiene la calidad en las Pymes, es tan necesario que cambien su enfoque de considerar solo al precio como una estrategia agregadora de valor, y estrategia para competir en el mercado (Medina, 2013, p.37).

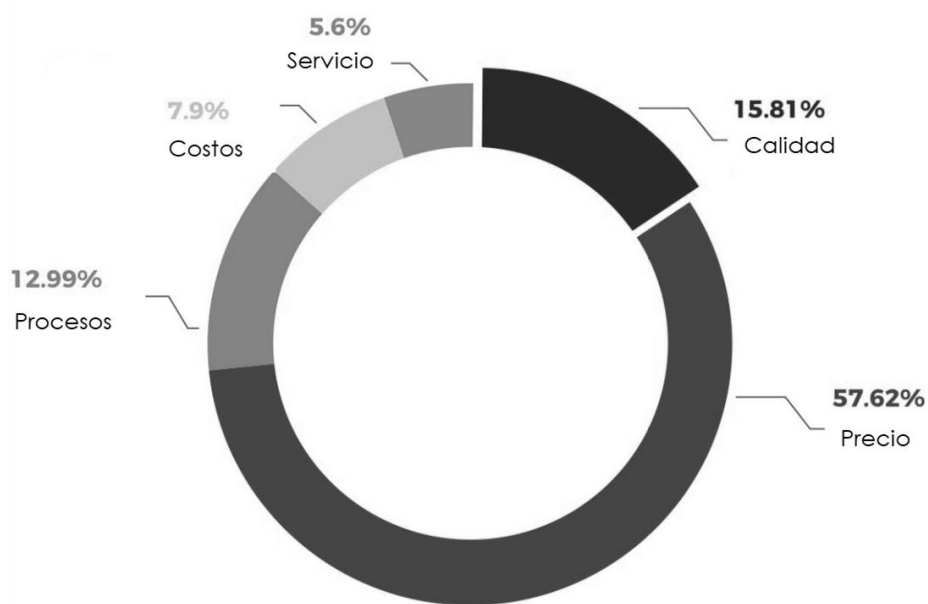


Figura 58. Principales factores que las Pymes consideran para competir en el mercado

Fuente: (Medina, R., 2013)

Con el transcurso de los años desde el 2013 al 2017 se puede corroborar que el enfoque que tienen las medianas empresas PYMES acerca de considerar al precio como principal factor ha disminuido 5,02 puntos, mientras que la calidad por el contrario ha incrementado 17,39 puntos bajo el concepto de que, al obtener calidad, mejoran sus procesos, técnicas y servicio dando como resultado a mejora continua e incrementando sus niveles de competitividad.

Pregunta 13

Tabla 25

Seleccione en cuáles de los siguientes factores se enfoca la empresa para responder a las expectativas que la comunidad tiene, con la finalidad de intervenir para remediar las necesidades e impulsar el desarrollo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Personas	29	8,4	8,4	8,4
	Producto	143	41,3	41,3	49,7
	Plaza	41	11,8	11,8	61,6
	Precio	48	13,9	13,9	75,4
	Promoción	41	11,8	11,8	87,3
	Procesos	28	8,1	8,1	95,4
	Posicionamiento	16	4,6	4,6	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

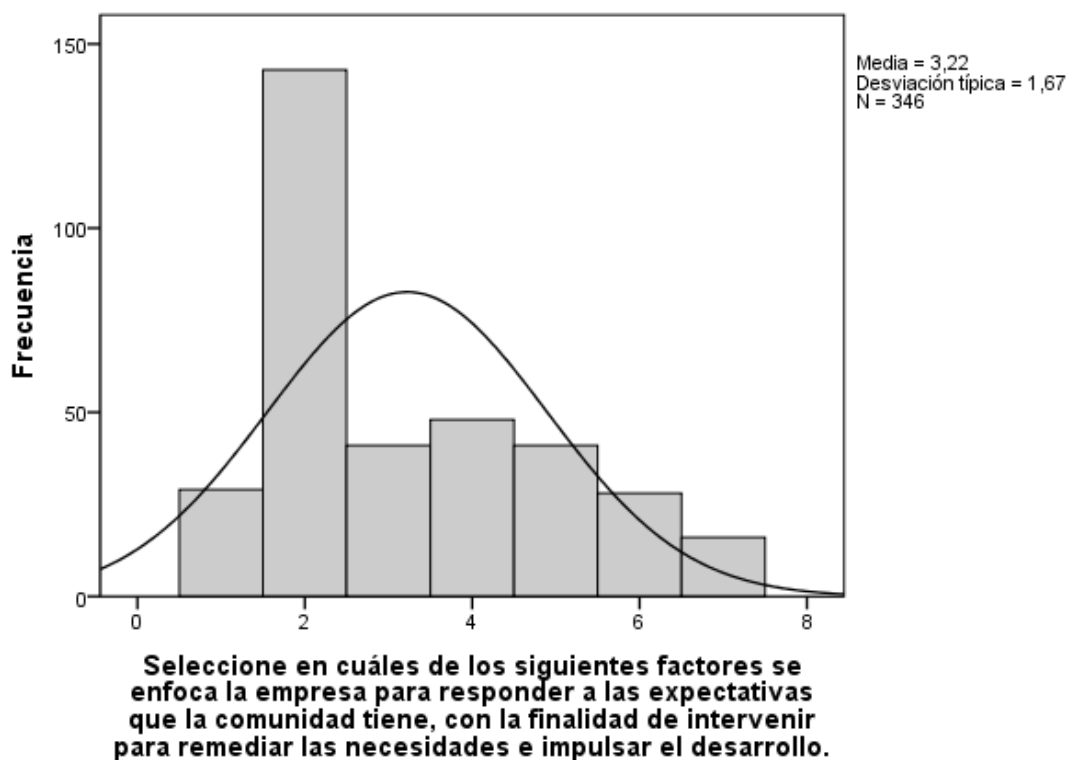


Figura 59. Seleccione en cuáles de los siguientes factores se enfoca la empresa para responder a las expectativas que la comunidad tiene, con la finalidad de intervenir para remediar las necesidades e impulsar el desarrollo.

Análisis ejecutivo

En base a los resultados obtenidos en la Pregunta 13. Seleccione en cuáles de los siguientes factores se enfoca la empresa para responder a las expectativas que la comunidad tiene, con la finalidad de intervenir para remediar las necesidades e impulsar el desarrollo., se determinó que para satisfacer a los clientes la mayor cantidad de empresas se enfocan en el producto, ya que la confianza que generan es un enlace al acercamiento con el cliente para mejorarlo y personalizarlo. La dirección estratégica de crecimiento y desarrollo que debe seguir la empresa está enmarcada dentro del análisis de sus productos con la finalidad de generar un entorno altamente competitivo.

Análisis comparativo

Según el artículo *Las principales claves de marketing en la pequeña y mediana empresa*, publicado en la Revista Marketing y PYMES durante 2013 afirma que las Pymes se enfrentan a una coyuntura compleja, un cambio de época en el que será fundamental la capacidad que tengan de orientar el negocio hacia el cliente. Personalizando y adecuando sus servicios a esos clientes, para lo cual es preciso gestionar de la forma adecuada con idea de que permanezcan muchos años haciendo negocios con la compañía. El objetivo de cualquier empresa debe ser la captación y el mantenimiento de clientes rentables a lo largo del tiempo con objeto de maximizar el beneficio de la Pyme, razón por la cual 39% de las Pymes se enfocan principalmente en el producto siendo este factor el que les permitirá identificar claramente sus necesidades y deseos, con objeto de ofrecerles productos que las satisfagan ya que el buen marketing es la clave para la competitividad empresarial, activador de la demanda y motor de nuestra economía (Alcaide et al., 2013).

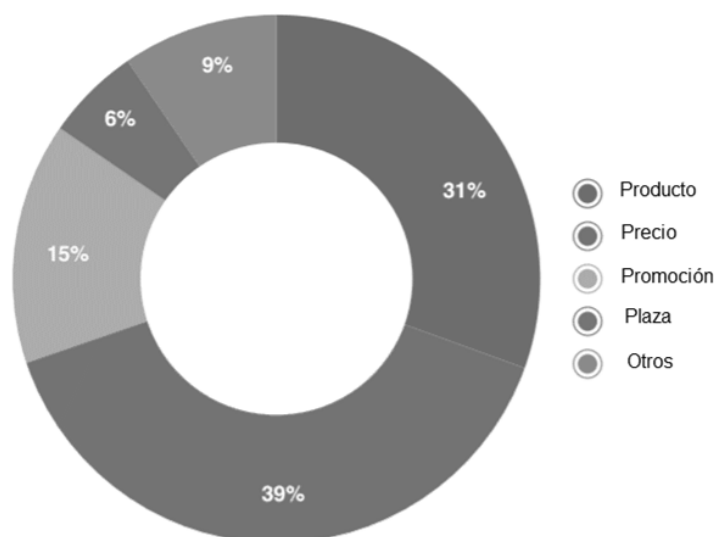


Figura 60. Factores claves en el marketing de las Pymes

Fuente: (Alcaide et al., 2013)

Lo que ratifica que a partir del 2013 al 2017 la concepción de enfocarse únicamente en el producto como factor clave para generar competitividad y posicionamiento en el mercado ha incrementado 2,3 puntos limitando de esta manera a las medianas empresas, PYMES, a poder desarrollar un ambiente más competitivo; ya que lo ideal sería establecer un balance entre los 7 factores principales del Marketing para poder abarcar un mercado más atractivo y elevar posición competitiva de la empresa.

Pregunta 14

Tabla 26

La empresa dispone de información de sus competidores (en cuanto a reputación, identidad e imagen corporativa, calidad de sus productos y servicios, fuerza de ventas y precios) suficiente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	212	61,3	61,3	61,3
	No	105	30,3	30,3	91,6
	Le es indiferente	29	8,4	8,4	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

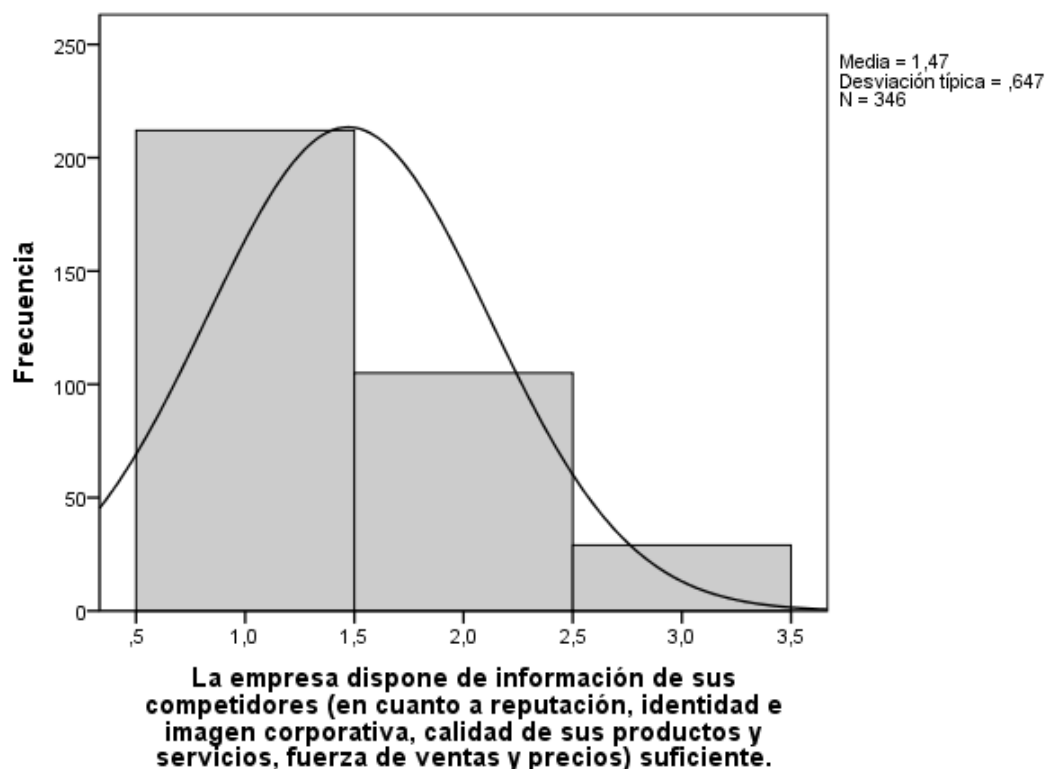


Figura 61. La empresa dispone de información de sus competidores (en cuanto a reputación, identidad e imagen corporativa, calidad de sus productos y servicios, fuerza de ventas y precios) suficiente.

Análisis ejecutivo

En base a los resultados obtenidos en la Pregunta 14. La empresa dispone de información de sus competidores (en cuanto a reputación, identidad e imagen corporativa, calidad de sus productos y servicios, fuerza de ventas y precios) suficiente., las medianas empresas, PYMES, disponen de información general acerca de sus competidores con la finalidad de poder establecer sus estrategias que le permitirán sobrevivir en el mercado e incrementar su participación en un entorno más competitivo y dinámico.

Análisis comparativo

Según el artículo *Las claves para que pymes aprendan a conocer a su competencia*, publicado en la Revista América Economía durante 2013 manifiesta que una ventaja de analizar a la competencia es el reconocimiento de las respectivas fortalezas y debilidades y sólo contando con esa información las Pymes son capaces de tener mayor claridad del escenario al que se enfrentan y así poder tomar decisiones más informadas y al tanto de los posibles escenarios a los que se verán expuestas (Uttamchandani, 2014).



Figura 62. Importancia del análisis a la competencia

Fuente: (Uttamchandani, R., 2014)

La información obtenida en la aplicación de la encuesta a las medianas empresas, PYMES, corrobora la importancia de conocer a la competencia, ya que esto permitirá genera una ventaja frente a la misma, al momento de establecer estrategias para poder posicionarse en el mercado e incrementar su participación; siempre y cuando la información obtenida sea utiliza de manera correcta y efectiva.

Pregunta 15

Tabla 27

El tema de la innovación dentro de la empresa considera usted que genera una ventaja competitiva frente a la competencia.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	30	8,7	8,7	8,7
	Medio	272	78,6	78,6	87,3
	Bajo	44	12,7	12,7	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

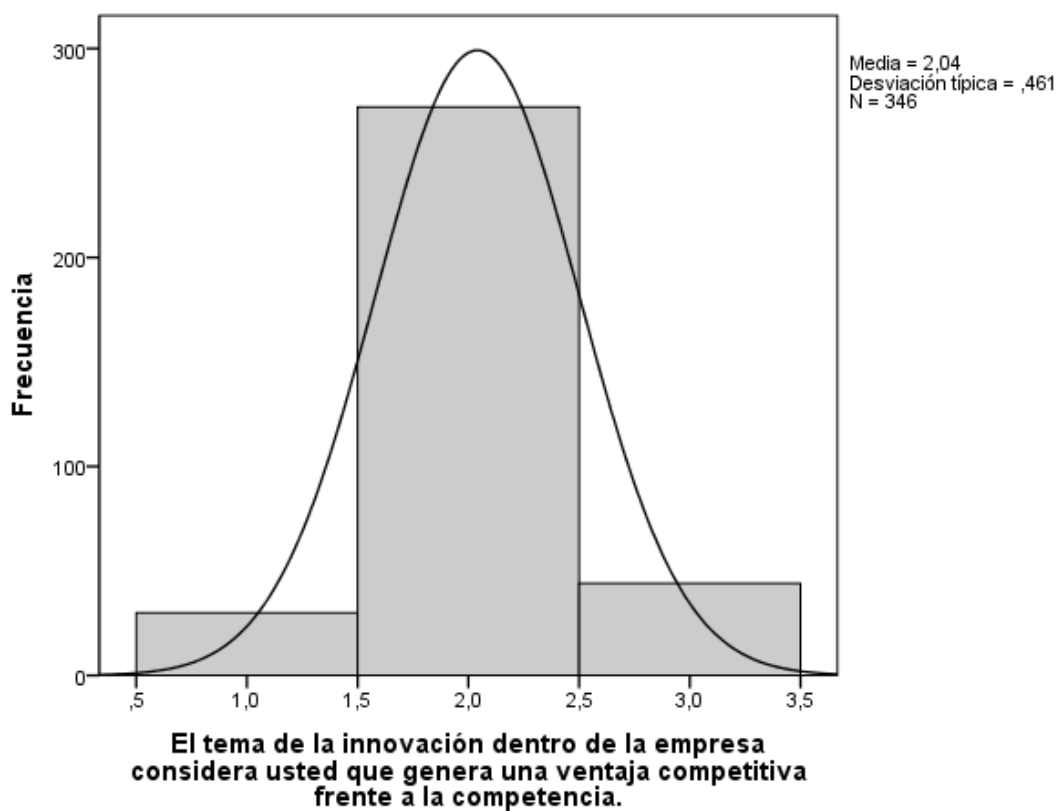


Figura 63. El tema de la innovación dentro de la empresa considera usted que genera una ventaja competitiva frente a la competencia.

Análisis ejecutivo

En la Pregunta 15. El tema de la innovación dentro de la empresa considera usted que genera una ventaja competitiva frente a la competencia., la innovación en las medianas empresas, PYMES, es considerado un tema de nivel intermedio debido a que la innovación comprende a la implementación de nuevos procesos, conceptos y técnicas en la organización; pero con la diferencia de que es considerada únicamente un aspecto técnico en el proceso productivo.

Análisis comparativo

Según el informe *Gestión de la Innovación en Pequeñas y Medianas Empresas. Generando ventajas competitivas y posicionamiento en el Mercado*, publicado en la Revista GPT Gestión de las Personas y la Tecnología en Mayo de 2014 afirma que la innovación es esencial para la competitividad de las empresas, su importancia aumenta debido a factores como el incremento de la competencia global, la disminución de los ciclos de vida de productos y las demandas cambiantes de los consumidores. Las medianas empresas desempeñan un papel clave en la innovación considerando una importancia del 81,6% a este tema, debido a que la innovación es un continuo proceso de aprendizaje; e innovar en las pymes significa mejorar en la eficiencia operativa a través de inversión en tecnologías de producción, incrementando así los ingresos por productos nuevos o mejorados (Ospina, Puche y Arango, 2014).

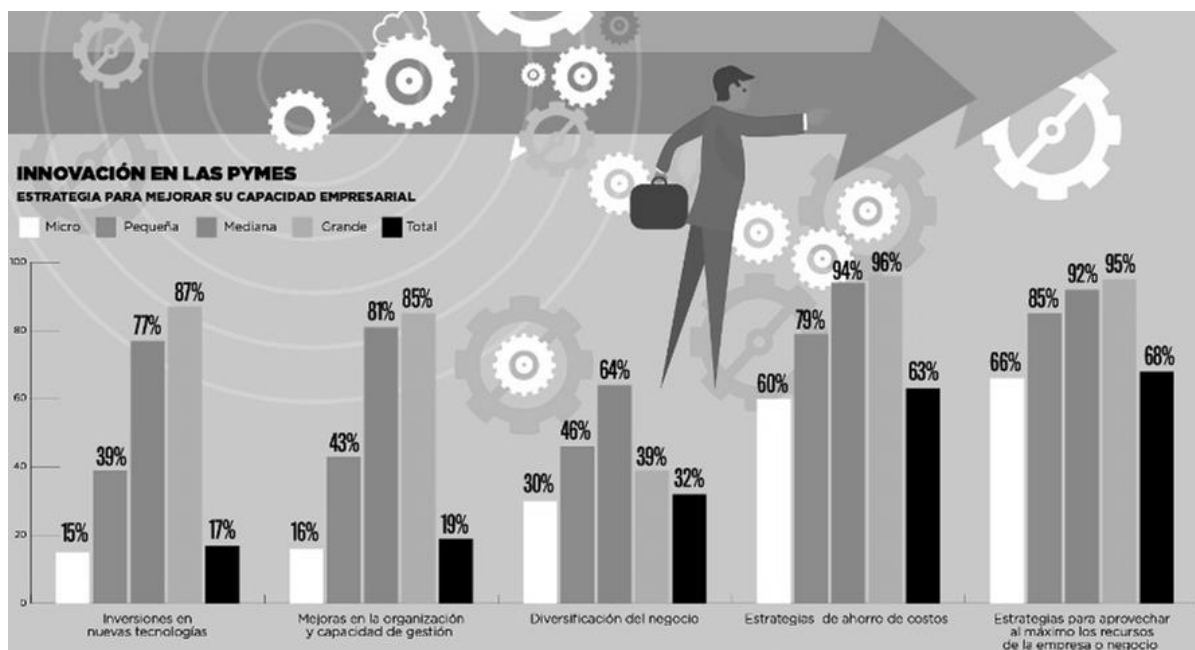


Figura 64. Innovación en las PYMES estrategia para mejorar su capacidad empresarial

Fuente: (Ospina, Puche y Arango, 2014)

A diferencia de que en los últimos 4 años, el tema de innovación para las medianas empresas, PYMES, ha disminuido 3 puntos en razón de que el entorno ha tomado giros más drásticos pero a la vez genera un mayor porcentaje de inversión por parte de las empresas, y este factor ha incrementado el riesgo y ha disminuido a la par la participación de las mismas; dejando de considerar que la innovación genera capacidades dinámicas de éxito a largo plazo vinculado directamente a la optimización de recursos y desarrollo de competencias.

Pregunta 16

Tabla 28

La política de precios que establece la empresa se encuentra determinada en base a:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Costes de operación	94	27,2	27,2	27,2
	Valor de mercado	136	39,3	39,3	66,5
	Situación competitiva	116	33,5	33,5	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

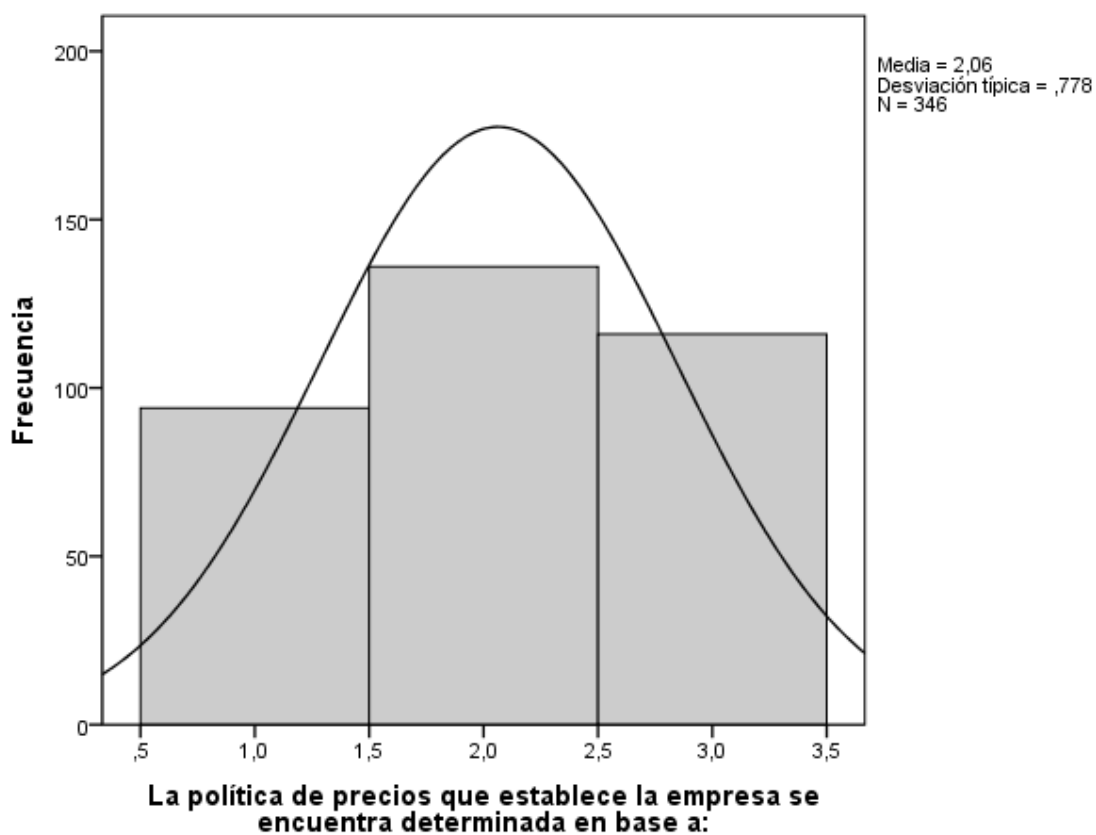


Figura 65. La política de precios que establece la empresa se encuentra determinada en base a:

Análisis ejecutivo

En la Pregunta 16. La política de precios que establece la empresa se encuentra determinada en base a:, los resultados obtenidos por parte de mayoría de las medianas empresas, PYMES, se enfoca en el valor de mercado, ya que el mismo es generado por la relación que existe entre oferta y demanda, este juego entre las dos variables permite a las empresas poder estipular precios atractivos para los clientes, pero a la vez surgen inconvenientes con la falta de control en sus costes de operación.

Análisis comparativo

Según el informe *Políticas de Precios* por la Revista *Emprende PYME* en el 2014, afirma que la correcta fijación de precios no solo consiste en subir y bajar precios de acuerdo a la demanda y oferta del mercado, sino también consiste en considerar atributos inherentes al producto para lograr satisfacer las necesidades del mercado. Para las Pymes los costes de producción permitirán determinar límites inferiores de los cuales no se deben descender porque pondrían en riesgo la rentabilidad del negocio, mientras que el valor de mercado permite conocer la sensibilidad que se produce en la venta de los productos antes determinados cambios, para lo cual es importante trabajar en base a todos aquellos factores que inciden en la política de precios de manera objetiva (Vitta, 2014).

Lo que ratifica que actualmente las Pymes tratan de equiparar estos factores con la finalidad de poder establecer una política de precios adecuada que le permita a la empresa ser competitiva en el mercado entregando al cliente valor agregado en sus productos y/o servicios para poder posicionarse y maximizar el valor de la empresa.

Pregunta 17

Tabla 29

La empresa cuenta con herramientas de tecnología, información y comunicación actualizadas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	146	42,2	42,2	42,2
	No	173	50,0	50,0	92,2
	Le es indiferente	27	7,8	7,8	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

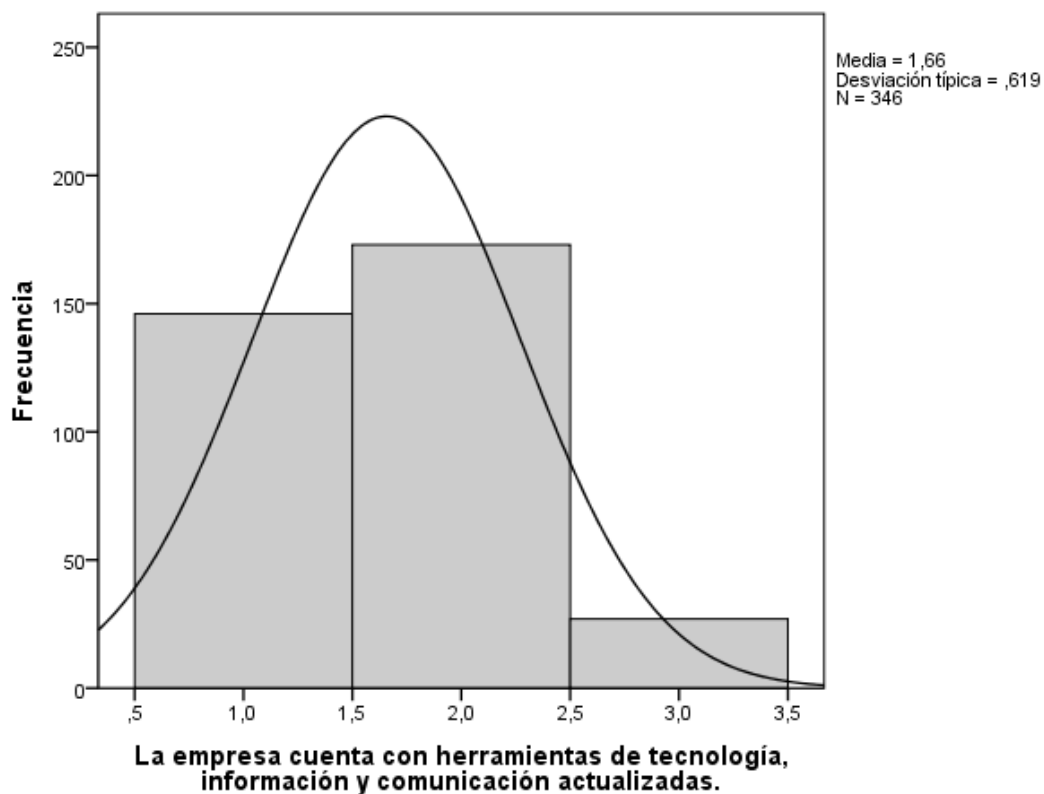


Figura 66. La empresa cuenta con herramientas de tecnología, información y comunicación actualizadas.

Análisis ejecutivo

En la Pregunta 17. La empresa cuenta con herramientas de tecnología, información y comunicación actualizadas., los resultados obtenidos por parte de mayoría de las medianas

empresas, PYMES, refleja que no cuentan con una actualización en sus herramientas TIC's, debido al costo que las misma generan y la falta de accesibilidad que estas poseen, dificultando de esta manera su acceso a nuevos mercados y formas de optimizar sus recursos para obtener mejores resultados e incrementar sus niveles de productividad y competitividad.

Análisis comparativo

Según el artículo *Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) en las PyMEs* publicado en la Revista Mercadotecnia Publicidad Medios MERCA 2.0 en el 2013 afirma que las TIC's son un elemento clave para hacer que una empresa sea más productiva, haciendo eficiente las comunicaciones, sustentando el trabajo en equipo, gestionando las existencias, realizando análisis financieros, y promocionando los productos en el mercado. Además hay que considerar que el 45,075% de las medianas empresas Pymes consideran a la actualización de las herramientas TIC's como la mejora de resultados globales, el aprovechamiento de alianzas con empresas y negocios internacionales, mejora en la capacidad de respuesta, reducción de costos, diferenciación de la competencia, aumento de productividad, aumento de ingresos y ventas, oportunidades de negocios también a nivel nacional, entre otros múltiples beneficios del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación - TIC's (Mesa Editorial Merca 2.0, 2013).

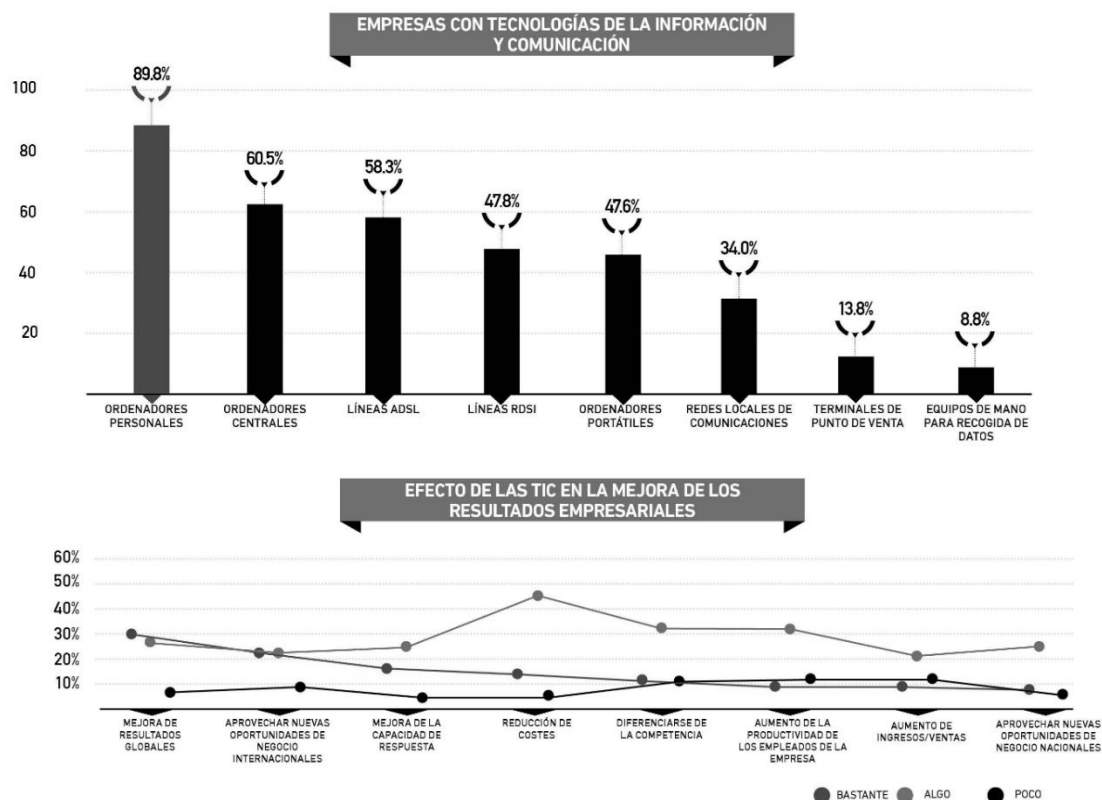


Figura 67. Impacto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en las medianas empresas Pymes

Fuente: (Mesa Editorial Merca 2.0, 2013)

Con el transcurso del tiempo del 2013 al 2017 las medianas empresas, PYMES, que al comparar con la investigación desarrollada en días anteriores se evidencia una disminución de interés en mantener actualizadas sus herramientas de tecnologías de la información y comunicación en 4,93 puntos debido a los altos costos que esto genera y de alguna manera se vuelve limitante el acceso a nuevos mercado, disminuyendo la capacidad productiva y competitiva, ya que se torna en un obstáculo para el desarrollo y crecimiento de este tipo de empresas.

Pregunta 18

Tabla 30

¿Qué factores, variables e indicadores son importantes dentro de su empresa para controlar y/o mejorar la competitividad (# de variables)?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 1 Variable para controlar y/o mejorar la competitividad	45	13,0	13,0	13,0
2 Variable para controlar y/o mejorar la competitividad	163	47,1	47,1	60,1
3 Variable para controlar y/o mejorar la competitividad	106	30,6	30,6	90,8
4 Variable para controlar y/o mejorar la competitividad	23	6,6	6,6	97,4
5 Variable para controlar y/o mejorar la competitividad	9	2,6	2,6	100,0
Total	346	100,0	100,0	

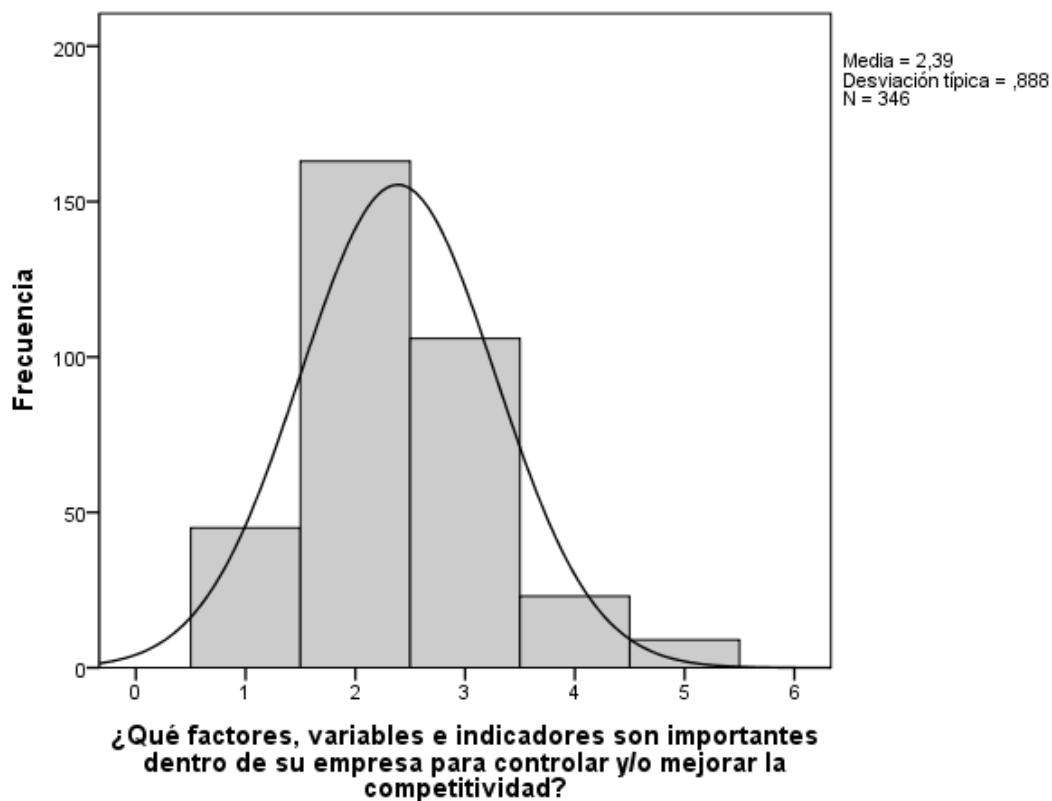


Figura 68. ¿Qué factores, variables e indicadores son importantes dentro de su empresa para controlar y/o mejorar la competitividad (# de variables)?

Análisis ejecutivo

En la Pregunta 18. ¿Qué factores, variables e indicadores son importantes dentro de su empresa para controlar y/o mejorar la competitividad?, se puede concluir que las medianas empresas, PYMES, enfrentan entre dos y tres variables para controlar y/o mejorar la competitividad de la empresa dentro del mercado, ya que gracias a la globalización los requerimientos y necesidades que requieren los clientes han ido incrementando continuamente y el tema de competitividad se ha tornado más complicado y el establecer estrategias que permitan incrementar los niveles de desarrollo y crecimiento de la empresa se ha tornado más complejo de implementar y ejecutar. Siendo así la negociación y relaciones comerciales uno de los factores más considerado por las

empresas para incrementar sus niveles de competitividad ya que estas relaciones permiten a este tipo de empresas incursionar en nuevos mercados con nuevas estrategias y mejorando sus procesos continuamente direccionados a optimizar sus recursos de mejor manera, considerando el desempeño económico que enfrenta el país, así como la calidad y servicios que entregan las empresas a los diferentes clientes con la finalidad de generar fidelización en los mismos.

Tabla 31

¿Qué factores, variables e indicadores son importantes dentro de su empresa para controlar y/o mejorar la competitividad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Desempeño económico	77	16,0	16,0	16,0
	Negociación y relaciones comerciales	120	24,9	24,9	40,9
	Recursos naturales y ambiente	70	14,5	14,5	55,4
	Modernización e innovación	82	17,0	17,0	72,4
	Calidad y servicios	73	15,1	15,1	87,6
	Clima organizacional	35	7,3	7,3	94,8
	Mercados	25	5,2	5,2	100,0
	Otros	0	,0	,0	100,0
	Total	482	100,0		

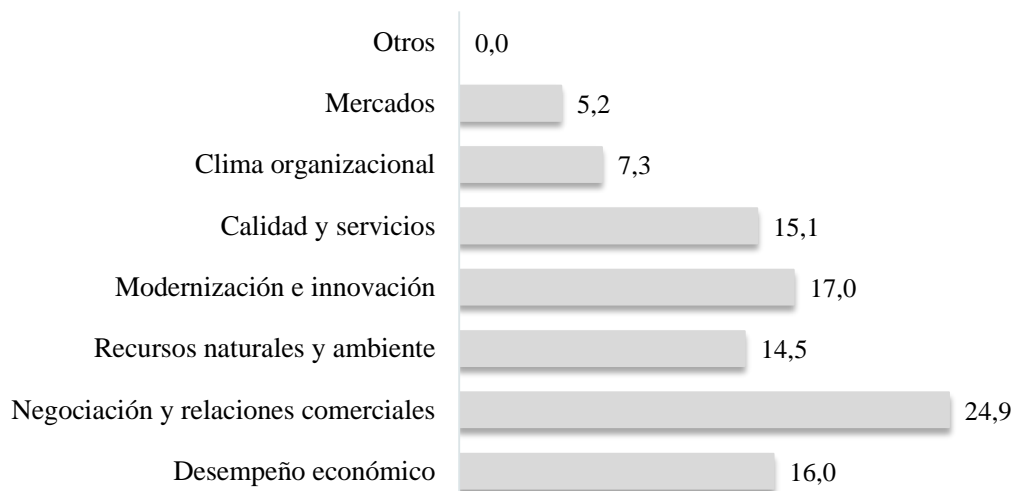


Figura 69. ¿Qué factores, variables e indicadores son importantes dentro de su empresa para controlar y/o mejorar la competitividad?

Análisis comparativo

Según el artículo *Análisis de la relación entre la innovación y la gestión del conocimiento con la competitividad empresarial* publicado en la Revista Académica Estudios Gerenciales en el 2013 afirma que la capacidad competitiva de las medinas empresas Pymes está determinada en primera instancia por las preferencias de los clientes con el 75%, seguido del adecuado uso de los recursos y las capacidades con el 65% y finalmente el siguiente factor que afecta a su nivel de competitividad es las relaciones comerciales que se establecen para beneficio de la empresa con el 25% (Bernal, Naranjo y Frost, 2013).



Figura 70. Factores que son considerados por las medianas empresa como de alto impacto en su competitividad

Fuente: (Bernal, Naranjo y Frost, 2013)

Lo que ratifica que el nivel de relaciones comerciales que establecen las medianas empresas es una de las determinantes para poder generar competitividad en el mercado y sobrevivir a los continuos cambios que enfrentan, sin embargo hay que tener en cuenta que la utilización de los recursos de manera eficiente ha disminuido ya que hasta el 2013 presentaba una aceptación del 65%; mientras que al 2017 ha disminuido 50 puntos debido al inadecuado uso de los recursos del país, la baja inyección de capital en temas innovación, así como la indiferencia a la generación de valor agregado en sus productos y/o servicios.

Pregunta 19

Tabla 32

Durante los últimos cinco años, considera que el Gobierno ecuatoriano ha creado espacios para que puedan promocionar y comercializar sus productos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	185	53,5	53,5	53,5
	No	161	46,5	46,5	100,0
Total		346	100,0	100,0	

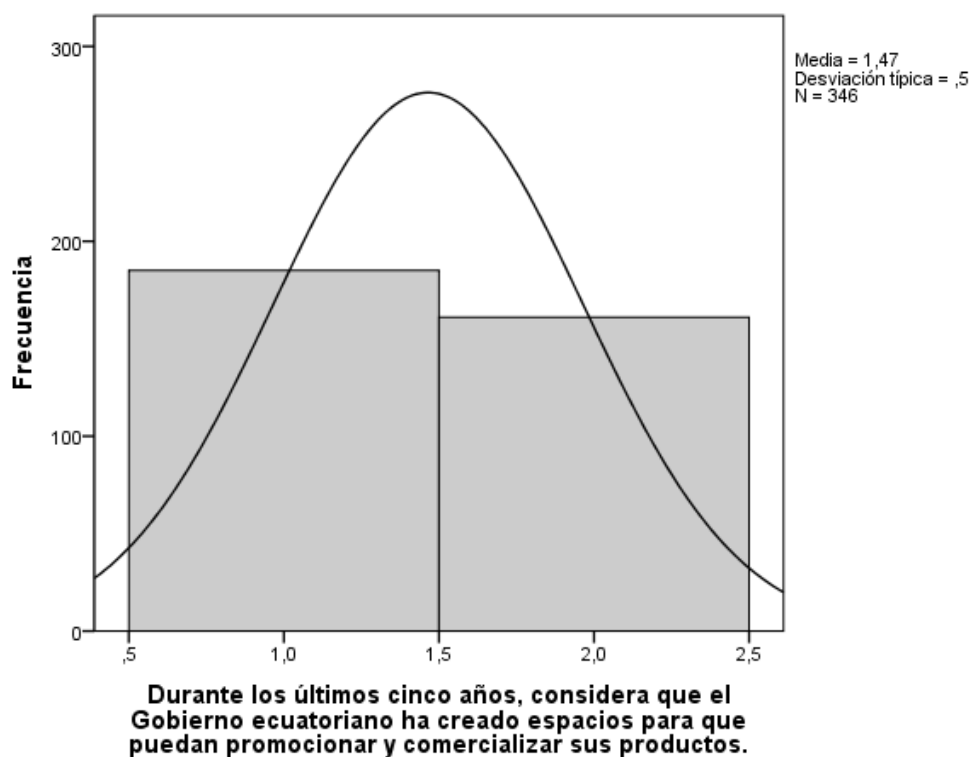


Figura 71. Durante los últimos cinco años, considera que el Gobierno ecuatoriano ha creado espacios para que puedan promocionar y comercializar sus productos.

Análisis ejecutivo

En la Pregunta 19. Durante los últimos cinco años, considera que el Gobierno ecuatoriano ha creado espacios para que puedan promocionar y comercializar sus productos., las medianas empresas, PYMES, afirmaron haber accedido a espacios (ferias) organizadas por el gobierno ecuatoriano con la finalidad de buscar apoyo económico y acceder a nuevos mercados para poder ofertar sus productos y/o servicios buscando posicionarse en el mercado nacional y posteriormente abrir oportunidades para internacionalizarse.

Análisis comparativo

Según El Ministerio de Industrias y Productividad en el 2013 se firmó un convenio para que las empresas pequeñas y medianas y las de Economía Popular y Solidaria (Mipymes) puedan acceder a herramientas tecnológicas y ferias de emprendimiento con la finalidad de que les ayuden a mejorar su presencia en el mercado, destacando que las Pymes representan el 95% del tejido empresarial y que, pese a dificultades económicas, generan un importante encadenamiento productivo (Ministerio de Industrias y Productividad, 2013).

Lo que ratifica que al 2017 las medianas empresas, PYMES, si han recibido apoyo por parte del Gobierno ecuatoriano para poder promocionar y comercializar sus productos en ferias y plataformas creadas por el Ministerio de Industrias y Productividad, con la finalidad de generar oportunidades para el desarrollo y crecimiento de estas empresas, que son parte fundamental en el sector económico del país.

Pregunta 20

Tabla 33

Dentro de su categoría PYME, cuál de los siguientes aspectos consideraría un inconveniente latente para el crecimiento y desarrollo de su empresa (# de inconvenientes).

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1 Inconveniente para el crecimiento y desarrollo	27	7,8	7,8	7,8
	2 Inconvenientes para el crecimiento y desarrollo	166	48,0	48,0	55,8
	3 Inconvenientes para el crecimiento y desarrollo	121	35,0	35,0	90,8
	4 Inconvenientes para el crecimiento y desarrollo	25	7,2	7,2	98,0
	5 Inconvenientes para el crecimiento y desarrollo	7	2,0	2,0	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

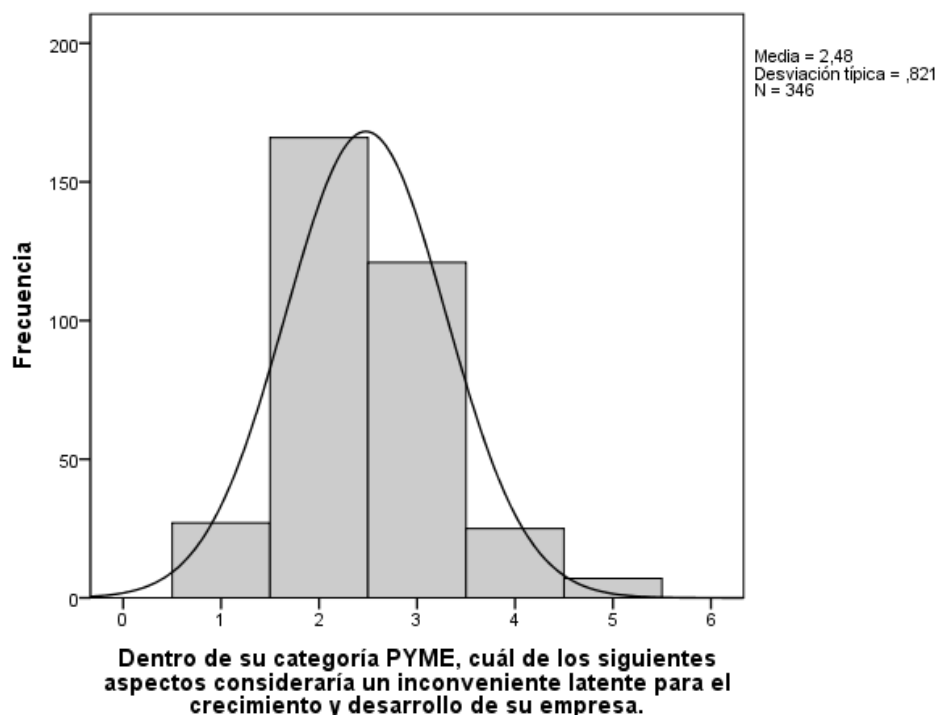


Figura 72. Dentro de su categoría PYME, cuál de los siguientes aspectos consideraría un inconveniente latente para el crecimiento y desarrollo de su empresa (# de inconvenientes).

Análisis ejecutivo

En la Pregunta 20. Dentro de su categoría PYME, cuál de los siguientes aspectos consideraría un inconveniente latente para el crecimiento y desarrollo de su empresa., la mayor concentración de medianas empresas, PYMES, afirmó tener entre dos o tres inconvenientes para el crecimiento y desarrollo de su empresa, debido a que estos inconvenientes afectan directamente a sus procesos, actividades, relaciones y entre otros aspectos que permiten aumentar sus niveles de competitividad en el mercado.

Entre los principales inconvenientes que poseen estas empresas se encuentra principalmente el tema de leyes y reglamentos, ya que para la constitución de una empresa dentro del Ecuador existe

un sin número de trámites a los cuales se ven expuestos y muchas de las veces se generan inconvenientes que dificultan la creación de las mismas, por otro lado se encuentra el pago de impuestos, considerando que muchas veces es elevado, seguido de la escasa inversión y financiamiento para dichos emprendimientos, así como el difícil acceso a nuevas tecnologías de la información y comunicación con la finalidad de optimizar recursos y procesos para incrementar sus niveles de productividad y competitividad.

Tabla 34

Dentro de su categoría PYME, cuál de los siguientes aspectos consideraría un inconveniente latente para el crecimiento y desarrollo de su empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Planificación	2	,6	,6	,6
	Recursos administrativos y financieros	34	10,6	10,6	11,3
	Talento Humano	61	19,1	19,1	30,3
	Fuentes de inversión y financiamiento	82	25,6	25,6	55,9
	Leyes y reglamentos	91	28,4	28,4	84,4
	Nuevas tecnologías de información y comunicación	50	15,6	15,6	100,0
	Otros	0	,0	,0	100,0
	Total	320	100,0		

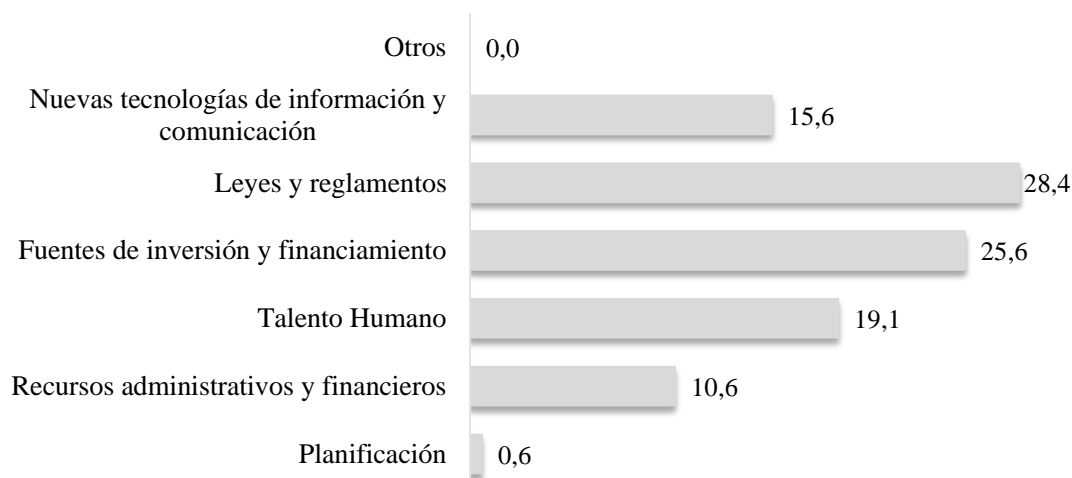


Figura 73. Dentro de su categoría PYME, cuál de los siguientes aspectos consideraría un inconveniente latente para el crecimiento y desarrollo de su empresa.

Análisis comparativo

Según el artículo *Posición Competitiva de la PYME* publicado por la Revista Factores de la Competitividad de la PYME en el 2014 afirma que las amenazas que la PYME percibe con mayor intensidad están determinadas por el desempeño económico actual (figura 74). El 80% de las PYME identifica entre éstas tanto la debilidad de la demanda como las perspectivas económicas para los próximos años. Otras amenazas bastante generalizadas son la presión fiscal a la que se ve sometida la empresa (63,0%); la fuerte competencia en precios dentro de su sector (51,4%); la inadecuación del sistema financiero a las necesidades de la PYME (35,2%) y los elevados costes administrativos por los trámites burocráticos asociados a su actividad (31,7%). Las amenazas menos valoradas actualmente por las PYME son las relacionadas con la dotación de capital humano, la ruptura de la unidad de mercado nacional por las normativas y actuaciones de los gobiernos autonómicos y la debilidad de la infraestructura de I+D y de otros recursos en su entorno.

Estos resultados no son ajenos al escaso porcentaje de PYME que realiza actividades de innovación y al hecho de que los mercados locales son mayoritarios en la mediana empresa (Martínez et al., 2014).

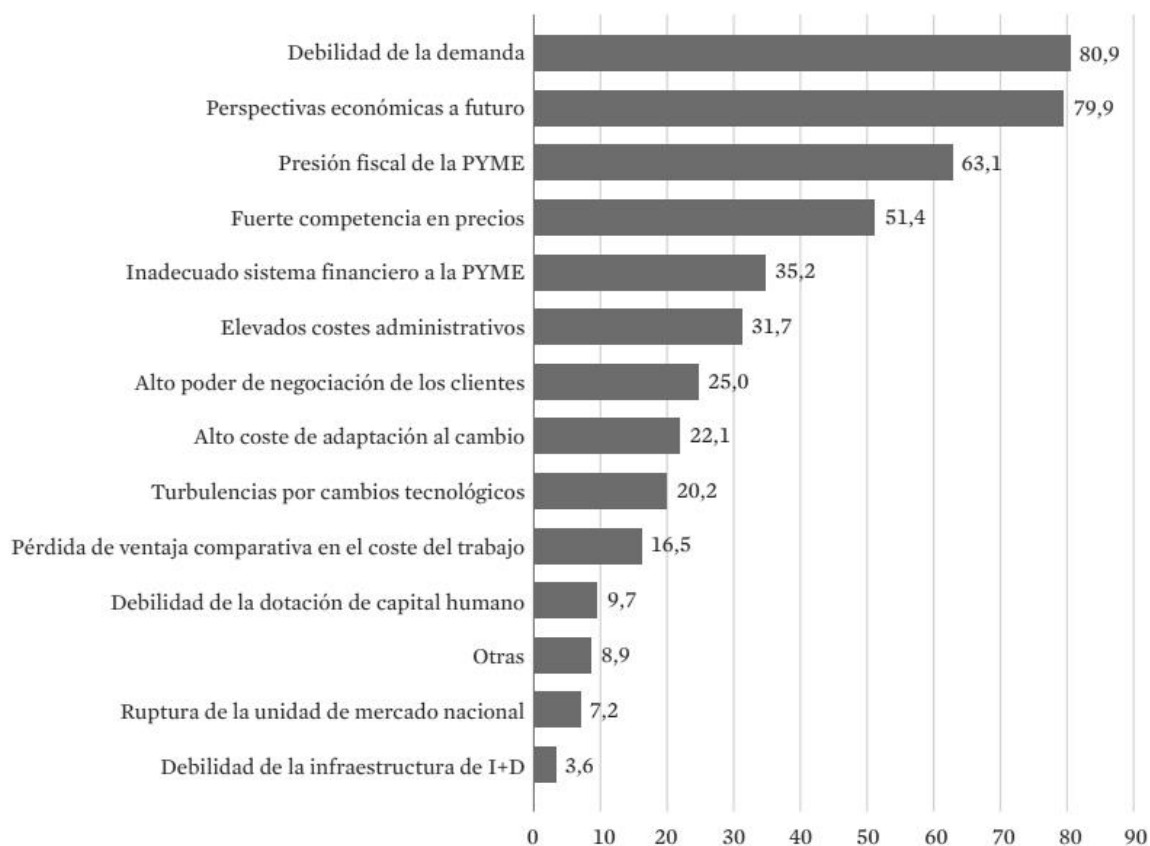


Figura 74. Amenazas de la PYME para su crecimiento y desarrollo

Fuente: (Martínez et al., 2014)

Lo que ratifica la información obtenida por parte de las medianas empresas, PYMES, ya que los factores que las PYMES señalan como inconvenientes para el desarrollo y crecimiento de su empresa se enmarca en el desempeño económico como el comportamiento de la demanda para el incremento de la competitividad, aunque ha disminuido 34,7 puntos el tema relacionado con las

políticas y reglamentos establecidos, la innovación o el acceso a nuevas herramientas de tecnología información y comunicación han incrementado 12 puntos.

ANÁLISIS BIVARIADO

Tabla 35

Análisis Bivariado

Correlación	ANOVA	Tabla de contingencia	CHI Cuadrado
Es un número a dimensional entre +1 y -1. Puede ser: <i>Alta:</i> 0,80 a +1 <i>Mediana:</i> 0,50 a 0,79 <i>Baja:</i> 0,20 a 0,49	Mide la relación entre dos variables de estudio con respecto a su promedio.	Relación y asociación entre dos variables. (Compara)	Relación y asociación de los datos observados frente a los esperados con respecto a su promedio.

Fuente: Recuperado de “Un enfoque a la Investigación de Mercados”, de Mantilla, 2015

MÉTODO CORRELACIONAL

Cuando una teoría científica postula la existencia de una correlación entre dos variables que no pueden ser analizadas experimentalmente, su presencia en una población o grupo puede ser detectada con el recurso del método de verificación correlacional. En este caso, el investigador construye una batería de test que contempla las variables a estudiar y que los sujetos -o una muestra significativa de ellos- tienen que contestar. El posterior análisis estadístico de los datos le permitirá al investigador obtener la certeza de la verdad o falsedad de su hipótesis (Echegoyen, 2016, p.63).

El método correlacional se enfoca en la relación que existe entre dos o más variables, considerando la variación de estas y su impacto; tomando en cuenta que una de las variables puede ser considerada la causa o el efecto dentro del problema de investigación. La información

recolectada sobre el estudio de las variables involucradas, servirá de base para comprobar o rechazar las relaciones existentes entre las variables, en cuanto a su incidencia, magnitud y naturaleza; es por ello, que este método permite estudiar y comprara fenómenos que no son susceptibles de manipulación o alteración, ya que son contruidos de manera hipotética; y la relación que existe entre las variables puede aumentar o disminuir de manera simultánea, es decir, al mismo tiempo.

El método correlacional consiste en la búsqueda de algún tipo de relación entre dos o más variables, y en qué medida la variación de una de las variables afecta a la otra, sin llegar a conocer cuál de ellas puede ser causa o efecto. La información que se recoja sobre las variables involucradas en la relación comprobará o no esa relación, en cuando a su magnitud, dirección y naturaleza (Córdova, 2009, p.44).

Es importante considerar que la correlación implica la manipulación o alteración de determinadas variables a través de un proceso de selección y no de manera directa, ya que al momento de que una variable se someta a una manipulación puede arrojar diferentes resultados considerando el campo donde se desenvuelve en un determinado momento. Una correlación se evidencia en el momento en que dos o más variables se encuentran relacionadas para intentar determinar la incidencia de una variable sobre la otra.

El método correlacional generalmente se utiliza para identificar las diferentes relaciones que pueden existir entre las variables de estudio; donde se puede encontrar tres posibles resultados de un estudio de correlación: una *correlación positiva*, en la que ambas variables aumentan o disminuyen al mismo tiempo considerando que el coeficiente de correlación cercano a 1,00 indica que existe una correlación positiva fuerte; una *correlación negativa*, que indica como la cantidad de una variable aumenta, la otra disminuye (y viceversa) donde un coeficiente de correlación

cercano a -1,00 indica una correlación inversa; y finalmente la *no correlación*, que indica que no hay relación entre las variables arrojando un coeficiente de correlación igual a 0 (Vargas y Santana, 2010, p.34).

Es importante considerar que la investigación correlacional de alguna manera determina la relación y similitud que pueda existir entre las variables de estudio, con la finalidad de identificar las características de las variables observando las variaciones que pueden ocurrir durante el transcurso de un tiempo; considerando que el método correlacional es un tipo de estudio descriptivo a través del cual se identifican y establecen las relaciones entre las variables y el grado de correlación.

En este tipo de investigación se persigue fundamentalmente determinar el grado en el cual las variaciones en uno o varios factores son concomitantes con la variación en otro u otros factores, considerando que las etapas del método correlacional están direccionadas primeramente por la definición del problema, revisión de la literatura, determinar el diseño operacional (etapa en la que se considera la identificación de las variables pertinentes, selección de los sujetos apropiados, determinación de cuáles instrumentos son los más apropiados para obtener los datos y la selección de las técnicas de correlación estadística apropiadas para los datos), recolección de los datos y finalmente el análisis de los datos por medio de las correspondientes técnicas correlacionales e interpretación de los resultados obtenidos (León, 2013, p.157).

ANÁLISIS CORRELACIONAL

Tabla 36

Correlación entre innovación (valor agregado) y competitividad

		El tema de la innovación dentro de la empresa considera usted que genera una ventaja competitiva frente a la competencia.	¿Qué factores, variables e indicadores son importantes dentro de su empresa para controlar y/o mejorar la competitividad?
El tema de la innovación dentro de la empresa considera usted que genera una ventaja competitiva frente a la competencia.	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1 346	<u>,272</u> 10
¿Qué factores, variables e indicadores son importantes dentro de su empresa para controlar y/o mejorar la competitividad?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,272 ,447 10	1 10

Al realizar el cruce de la variable *el tema de la innovación dentro de la empresa, considera usted que genera una ventaja competitiva frente a la competencia*, con la variable *qué factores, variables e indicadores son importantes dentro de su empresa para controlar y/o mejorar la competitividad*; se puede observar que en el cálculo de las mismas la correlación es de 0,27 lo que determina que es una baja correlación considerando que no todas las empresas innovan, es decir, su participación en modernización de infraestructura, equipos, capacitación, herramientas de la tecnología, información y comunicación, entre otras sigue siendo baja. Además, se puede observar

que las medianas empresas, PYMES, presentan una falta de un control específico para determinar sus niveles de productividad y competitividad.

Tabla 37

Correlación entre el aprovechamiento de los recursos y la productividad

Califique del 1 al 5 considerando el 5 como el mayor grado de semejanza y el 1 el menor, si el aprovechamiento de los recursos que posee la empresa es suficiente para realizar las diferentes actividades diarias y cumplir con los requerimientos de los clientes.	Indique cuáles son los factores más relevantes que han identificado como obstáculo a la mejora de la productividad dentro de su empresa.	Indique cuáles son los factores más relevantes que han identificado como obstáculo a la mejora de la productividad dentro de su empresa.	Indique cuáles son los factores más relevantes que han identificado como obstáculo a la mejora de la productividad dentro de su empresa.	Indique cuáles son los factores más relevantes que han identificado como obstáculo a la mejora de la productividad dentro de su empresa.	Indique cuáles son los factores más relevantes que han identificado como obstáculo a la mejora de la productividad dentro de su empresa.		
Califique del 1 al 5 considerando el 5 como el mayor grado de semejanza y el 1 el menor, si el aprovechamiento de los recursos que posee la empresa es suficiente para realizar las diferentes actividades diarias y cumplir con los requerimientos de los clientes.	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1 ,031 ,567	1 ,380 ,594	1 ,068 ,221	1 ,124 ,116	1 ,167 ,303	
Indique cuáles son los factores más relevantes que han identificado como obstáculo a la mejora de la productividad dentro de su empresa.	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,031 ,567 346	1 ,380 346	-,380 ,000 346	-,549 ,000 326	-,505 ,000 162	-,112 ,490 40
Indique cuáles son los factores más relevantes que han identificado como obstáculo a la mejora de la productividad dentro de su empresa.	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	-,029 ,594 346	-,380 ,000 346	1 ,000 346	,531 ,000 326	,483 ,000 162	-,041 ,800 40
Indique cuáles son los factores más relevantes que han identificado como obstáculo a la mejora de la productividad dentro de su empresa.	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	-,068 ,221 326	-,549 ,000 326	,531 ,000 326	1 ,000 162	,630 ,000 162	-,225 ,163 40
Indique cuáles son los factores más relevantes que han identificado como obstáculo a la mejora de la productividad dentro de su empresa.	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,124 ,116 162	-,505 ,000 162	,483 ,000 162	,630 ,000 162	1 ,000 162	,172 ,290 40
Indique cuáles son los factores más relevantes que han identificado como obstáculo a la mejora de la productividad dentro de su empresa.	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,167 ,303 40	-,112 ,490 40	-,041 ,800 40	-,225 ,163 40	,172 ,290 40	1 1 40

a. No se puede calcular porque al menos una variable es constante.

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Al realizar el cálculo de la correlación entre las variables *califique del 1 al 5 considerando el 5 como el mayor grado de semejanza y 1 el menor, si el aprovechamiento de los recursos que posee la empresa es suficiente para realizar las diferentes actividades diarias y cumplir con los requerimientos de los clientes*, versus la dificultad para acceder a nuevos mercados identificada en la variable *indique cuales son los factores más relevantes que han identificado como obstáculo a la mejora de la productividad dentro de la empresa*; se evidencia que el cálculo se obtuvo una correlación de 0,63 lo que determina que es una mediana correlación, en otras palabras la dificultad para tener acceso a nuevos mercados se presente por la falta de calidad en el servicio y un aprovechamiento adecuado de los recursos, lo que le permite incursionar con nuevos procesos de mejoramiento continuo.

ESTUDIO CORRELACIONAL

EL DEFICIENTE APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS DEL PAÍS Y LA FALTA DE VALOR AGREGADO EN LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO JUSTO EN UNA MUESTRA DE LAS MEDIANAS EMPRESAS PYMES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Introducción. Diversos Estudios han demostrado que el aprovechamiento de los recursos por parte de las medianas empresas, PYMES, sigue siendo deficiente versus, la competitividad y productividad en el mercado.

Objetivo. El presente trabajo pretende contribuir al estudio del aprovechamiento de los recursos vinculado a la productividad y competitividad de las medianas empresas, PYMES, mediante la evaluación con una prueba encuesta desarrollada a las medianas empresas, PYMES, del Distrito Metropolitano de Quito, su correlación con indicadores de diversos factores de medición como la calidad y el desempeño económico-empresarial.

Metodología. Se estudió una muestra de 346 medianas empresas, PYMES, ubicadas en el Distrito Metropolitano de Quito esta muestra se distribuyó en tres grupos enfocados en su actividad económica (producción, comercialización y servicios); cada uno de los grupos se distribuyó aleatoriamente.

Resultados. Dentro de los resultados más importantes se encontró que las medianas empresas, PYMES, del Distrito Metropolitano de Quito no aprovechan los recursos que tiene el país en todo su contexto (agricultura, minería, servicios, etc.) evidenciando el efecto de falta de innovación y valor agregado en los índices de productividad y competitividad de este tipo de empresas, no obstante, algunas empresas los procesos de calidad y servicio es medio.

Conclusiones. Se encontró que la productividad y competitividad de las medianas empresas, PYMES, del Distrito Metropolitano de Quito sigue arrojando resultados bajos, debido a bajo aprovechamiento de los recursos en la generación de valor agregado para incrementar sus niveles de productividad y competitividad, mientras que la versión de calidad y servicio estuvo más asociada con el aprovechamiento de los recursos que posee la empresa. Además, se pudo demostrar una correlación positiva significativa entre el estudio del aprovechamiento de los recursos vinculado a la productividad y competitividad de las medianas empresas, PYMES.

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA

MODELO ECONÓMICO BASADO LA BÚSQUEDA DEL CRECIMIENTO SUSTENTABLE Y SOSTENIBLE PARA LAS MEDIANAS EMPRESAS PYMES



A. INTRODUCCIÓN

Recogiendo las conclusiones del proyecto de investigación analizado anteriormente, las PYMES en el Ecuador son fundamentales para el desarrollo de la economía, ya que con el transcurso de los años se han convertido en una fuente de generación de plazas de trabajo ofertando productos y servicios en mercados distintos; a continuación se presente una propuesta de modelo económico en el cual se deben enfocar las PYMES, especialmente las medianas empresas, que permita incrementar sus niveles de productividad y competitividad a nivel nacional e internacional fomentando una economía sustentable y sostenible.

Este modelo analiza en primera instancia los diferentes cambios económicos que ha sufrido el Ecuador como respuesta de los cambios provocados por la globalización, para lo cual engloba un conjunto de diversas acciones con el objetivo de concientizar a los empresarios, fomentar la

innovación e inversión generando espacios y mecanismos que les permita incrementar la productividad en la utilización eficiente de los recursos y la competitividad de productos y servicios con valor agregado para el cliente; a través del estudio de una matriz productiva con la finalidad de priorizar a este tipo de empresas ya que han logrado formar parte del motor económico del país. Considerando que la participación de estas empresas dentro de la economía ecuatoriana genera mayor valor agregado en el país, factor clave para incrementar los niveles de competitividad. El modelo pondrá mayor énfasis en crear una economía sustentable y sostenible, de modo que pueda ser aplicado en diversas empresas sin que se vea afectado sus niveles de rentabilidad.

Es importante comprender y entender que para lograr un crecimiento sustentable y sostenible en el Ecuador se debe medir únicamente el crecimiento del Producto Interno Bruto – PIB y de esta manera conseguir un nivel de vida adecuado maximizando su bienestar. Es preciso acentuar que la sostenibilidad no únicamente es considerada como una cuestión teórica o práctica, sino que es la suma de variables que permite a las empresas desarrollarse dentro de un mercado altamente competitivo para conseguir alcanzar sus objetivos organizacionales en el tiempo, tomando en cuenta que, si la base de los enfoques empresariales no cambia, será muy complicado cumplir con varios de los objetivos enfocados en el crecimiento y desarrollo.

La transformación en el Ecuador nace a partir de la matriz productiva, con un nuevo planteamiento en busca del cambio en la innovación, la utilización eficiente de los recursos y la nueva postura sobre el valor agregado; considerando que el poder sobre los mercados actualmente lo poseen las grandes empresas no debemos descuidar que las pequeñas y medianas empresas, PYMES, cuenta con un alto potencial de desarrollo para poder absorber ciertos beneficios de la globalización pero enfocándose en mejorar sus niveles de productividad y competitividad.

B. IDENTIFICACIÓN Y RELACIÓN ENTRE LAS VARIABLES

El Ecuador ha iniciado un cambio en materia de su matriz productiva direccionado a incrementar el desarrollo tecnológico con una diversificación productiva en la utilización eficiente y adecuado de sus recursos, vinculado a la diferenciación de productos, mercados y actores en base a la creación de una ventaja competitiva, donde la innovación ha tomado mayor impulso estableciendo nexos entre la productividad y competitividad. El acceso a la innovación como factor principal de transformación materializa la dinámica económica vinculada al desempeño de las pequeñas y medianas empresas del sector de la Economía Popular y Solidaria.

La economía ecuatoriana se ha caracterizado principalmente por proveer de materias primas al mercado internacional, así como un país importador de bienes y servicios con mayor valor agregado. Es por ello que ahora las medianas empresas, PYMES, deben enfocarse en el mejoramiento continuo de sus procesos, ya que estos les permitirán aprovechar de manera eficiente cada uno de los recursos que posee el país e internamente cada empresa, colocando de esta manera a la economía ecuatoriana en un nuevo escalón donde el valor agregado a sus productos incrementa su participación de mercado y genera nuevas oportunidades de posicionamiento y reconocimiento.

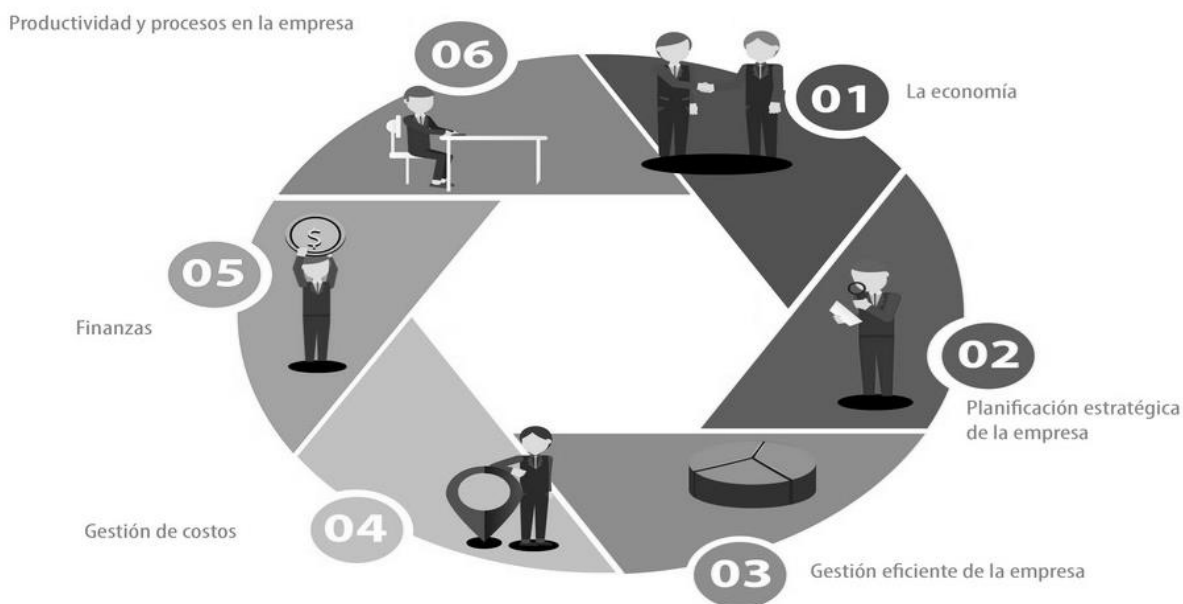


Figura 75. Círculo competitivo para las medianas empresas PYMES

Las PYMES deberían considerar que, para transformar la matriz productiva, la cual permitirá al Ecuador generar una economía sostenible y sustentable superando al actual modelo para producir bienes y servicios con mayor valor agregado, los mismos que engloban procesos y actividades productivas generadoras de valor, asegurando que su desarrollo sea producto de la eficiencia y no del uso de prácticas inadecuadas con la finalidad de que puedan competir en condiciones justas y transparentes.

Mientras que la innovación debe ser considerada como una variable independiente la cual le permitirá a la empresa armonizar los conceptos de productividad y competitividad dentro del mercado; desarrollando y mejorando la producción del país, fortaleciendo la marca, y al mismo tiempo minimizar costos y establecer procesos de mejora continua dentro de las empresas. Con el fin de fomentar y atraer el cambio a nivel nacional mejorando el sistema económico a través del impulso y crecimiento de nuevos negocios por parte del sector de la Economía Popular y Solidaria.

Considerando que una de las actividades innovadoras más importantes dentro del desarrollo de las Pymes es la I+D definida como el trabajo creativo con una base sistemática para incrementar conocimiento y el uso del mismo con la finalidad de generar procesos más eficientes y atractivos que les permita competir en los mercado con mayor intensidad tecnológicas, tomando en cuenta que a cambio de un mayor riesgo se genera una ventaja competitiva más alta direccionándoles a las empresas hacia el éxito y de esta manera disminuyendo los índices de fracaso; para lo cual se considera a las empresas seguir estos 5 pasos que dentro del modelo económico para genera una economía sostenible y sustentable es importante seguir una base o un procesos basado en la innovación como estímulo para incrementar la productividad de las empresas.

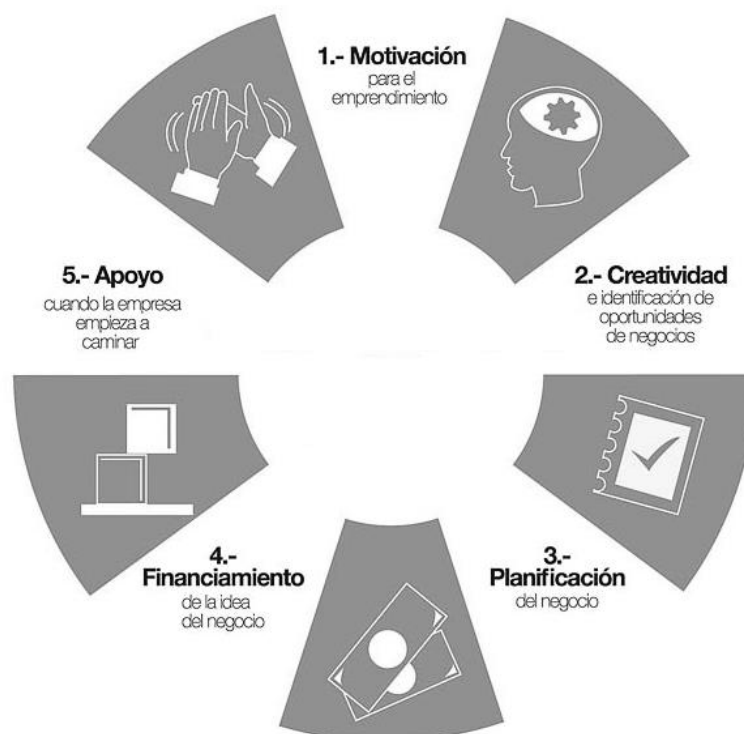


Figura 76. Ciclo productivo para las medianas empresas PYMES

C. ANÁLISIS DEL CICLO ECONÓMICO

A partir del año 2010 el Ecuador empieza a enfrentar una época de mejora en el desempeño de su ciclo económico ayudando a la mejora y crecimiento del país, sin embargo, para el año 2012 el ciclo económico comienza a desmoronarse generando un proceso regresivo para la economía del país registrando problemas en cuanto a sus índices de productividad y competitividad.

Ecuador es un país que actualmente se encuentra en una etapa de desarrollo media, todavía altamente dependiente de la explotación de recursos, pero con grandes potencialidades de desarrollo dada su riqueza natural y mega diversidad. Al momento el mayor desafío para Ecuador es transformar su matriz productiva para depender menos de recursos naturales no renovables y más de productos con valor agregado y alto contenido en conocimiento. En los últimos años, ha dado un salto en infraestructura vial, comunicacional y logística, así como en educación y salud. Ahora el principal objetivo es fortalecer el sector productivo para lograr esta gran meta. Siendo el Ecuador uno de los países más emprendedores del mundo las potencialidades para la creación de empresas innovadoras y competitivas se hacen evidentes y es por esto que se vuelve necesario implementar políticas que faciliten el desarrollo de un ecosistema amigable para el nacimiento de las empresas del futuro (Alianza para el Emprendimiento e Innovación, 2014).

Los sectores económicos del país cada vez pierden un grado de interés para conservar y potencializar el aprovechamiento de los recursos por las distintas variables a las cuales se ven sometidos de manera indirecta, razón por la cual los niveles de competitividad son bajos, considerando que los mismos representan un elemento crucial para definir la prosperidad económica de una sociedad.

La actividad de las Pymes es de gran relevancia en la economía ecuatoriana, es así como dentro del país existen más de 16 mil de estas organizaciones. No obstante, este segmento cuenta con

algunas particularidades a nivel de composición y evolución. De acuerdo a las cifras que se manejan, se destaca el importante peso que tiene el sector comercial, que en su conjunto tiene un peso de 36,3% lo que al total de empresas se refiere y 41,3% en relación al total de ingresos de las Pymes (Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC, 2013).

El proceso de globalización en todo el mundo ha generado grandes cambios en los sistemas económicos de los diferentes países creando un ambiente más competitivo en los negocios, en base a esta premisa el Ecuador al 2017 presenta un lento crecimiento económico en cuanto a sus niveles de productividad y competitividad por la falta de valor agregado, variables que en nuestra realidad han creado desafíos para poder acceder a nuevos mercados. En efecto, actualmente estamos frente a un cambio de período en el cual se pretende establecer políticas que fomenten la inversión e innovación dentro de las medianas empresas, PYMES, pertenecientes al sector de la Economía Popular y Solidaria transformando el paradigma de desarrollo y crecimiento actual se base en el desarrollo sustentable y sostenible e inclusivo para todos los sectores económicos.

Esta propuesta de modelo económico basado en la búsqueda del crecimiento sustentable y sostenible para las medianas empresas, PYMES, del Distrito Metropolitano de Quito, a través de impulsar la productividad y competitividad vinculada a la innovación se consolida en el aumento de la productividad empresarial, incremento del índice de desarrollo de tecnologías de la información y comunicación, incremento del porcentaje de la inversión en I+D y el incremento del índice de competitividad ya que a través de estas variables se puede consolidar un crecimiento económico sustentable y sostenible.

Según Espae Graduate School of Management, entidad adscrita al Foro Económico Mundial en Ecuador. En el 2016 (con indicadores del 2015), el país alcanzó el puesto 91 entre 138. Y en el 2015 (con indicadores del 2014), Ecuador se ubicó en el puesto 76 entre 140 economías. En el

ranking de este 2017, que se basa en datos del 2016, el Ecuador está ahora inclusive por debajo de Argentina (92) y Nicaragua (93), que el año pasado se ubicaron en el listado en los lugares 104 y 103, respectivamente. El ranking de competitividad del FEM presenta también un ranking de los factores más problemáticos a la hora de hacer negocios en cada país (Maldonado, 2017).



Figura 77. Datos de Ecuador del Índice de Competitividad Global 2017-2018

Fuente: (Maldonado, E., 2017)

El Ecuador debe buscar una recuperación en aquellos indicadores de eficiencia (aprovechamiento de recursos) e innovación contribuyendo a mejorar la evolución de la economía ecuatoriana que durante los últimos años en índices de competitividad y productividad ha sido bajo presentando problemas o dificultados en la búsqueda de un crecimiento económico sustentable y sostenible.

D. CONCLUSIONES

De acuerdo a las necesidades que el Ecuador presenta en el crecimiento y desarrollo de las medianas empresas, PYMES, han surgido diferentes lineamientos en busca de incrementar los

índices de productividad y competitividad para generar una economía sustentable y sostenible vinculado a la innovación y el incremento del valor agregado a través del correcto aprovechamiento de recursos y la inversión en I+D para el fortalecimiento y participación que tienen estas empresas en el mercado, ya que con las bases del modelo propuesto es posible lograr un aumento en estos índices con la finalidad de cubrir una demanda de la población en constante crecimiento.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Los bajos indicadores de productividad y competitividad que presentan las medianas empresas, PYMES, del Distrito Metropolitano de Quito dificultan el acceso a nuevos mercados, su permanencia y posicionamiento de la empresa en el mercado; así como la falta de dinamización y generación de inversión ya que la mayoría de las decisiones que las empresas toman en relación a este tema se lo hace únicamente en base a percepciones y conjeturas.

No existe un modelo de gestión a través del cual las empresas puedan desarrollarse implementando nuevos procesos que les permitan aprovechar de manera eficiente los recursos del país en beneficio de su crecimiento y desarrollo empresarial, ya que el inadecuado uso de los recursos no ha generado una productividad idónea para poder establecer medidas de crecimiento productivo basados en el mejoramiento continuo.

El limitado acceso a nuevos mercados se ha generado por la falta de inversión en temas de innovación (incremento del valor agregado) y de I+D que las medianas empresas, PYMES, presentan ya que no cuentan con las bases de información para crear un sector productivo y competitivo con la finalidad de fortalecer este tipo de empresas que forman parte del sector de la Economía Popular y Solidaria y que son claves para el crecimiento económico del Ecuador.

Uno de los principales inconvenientes que se evidencian es la falta de modernización e innovación para incrementar y mejorar sus niveles de competitividad, con la finalidad de poder

incursionar en nuevos mercados e incrementar su participación, puesto que la mayor parte de empresas vincula estos temas a la generación de riesgos económicos creando una limitante para su crecimiento y desarrollo, razón por la cual la importancia de generar un crecimiento económico sustentable y sostenible radica en incrementar el nivel de calidad de la sociedad siendo capaz de subsistencia económica.

5.2. RECOMENDACIONES

La Pymes debería utilizar indicadores de productividad, con la finalidad de que se puedan medir sus actividades y procese de manera más efectiva; debido a que un adecuado manejo de procedimiento y el cumplimiento de las planificaciones de la empresa con el correcto aprovechamiento de recursos les permitirán generar un incremento de productividad y mejora continua de los servicios. Lo cual estará vinculado directamente con el cumplimiento de sus objetivos organizacionales planificados con anterioridad, además incrementará su participación y penetración a nuevos mercados, incrementando a la par los índices de rentabilidad de la empresa.

La participación de las Pymes, para la economía ecuatoriana es fundamental dentro de aquellos sectores más importantes que contribuyen al cambio de la matriz productiva ya que poseen un alto potencial para promover emprendimientos productivos que dinamicen la economía, razón por la cual el crecimiento empresarial de las mismas debería enfocarse en el correcto aprovechamiento de los recursos y la inversión en innovación e I+D con la finalidad de crear una economía sustentable y sostenible.

El uso de las herramientas de Tecnologías de la Información y Comunicación permite a las medianas empresas, PYMES, alcanzar sus objetivos planteados, ya que se vuelve necesario el conocimiento y aplicación de los avances tecnológicos por el impacto que los mismos generan en la producción y consecuentemente en el incremento de la competitividad empresarial, dando facilidades de acceso a nuevos mercados fomentando la innovación e incremento de sus niveles de calidad. Tomando en cuenta que el correcto manejo de estas herramientas dentro de la empresa les permitirá mejorar las relaciones entre empresa-cliente incrementando los niveles de fidelización.

El modelo de un desarrollo sustentable y sostenible para las Pymes, basado en la innovación les permitirá crear un ambiente más productivo y competitiva con la finalidad de que estos indicadores les permitan incursionar en nuevos mercados a través de la correcta utilización de sus recursos desarrollando capacidades de innovación mediante la mejora continua ofertando servicios y/o productos de calidad donde el crecimiento económico empresarial y a nivel país sea uno de los principales objetivos en común incrementando los niveles de productividad y competitividad del Ecuador.

CAPÍTULO VI

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia de Promoción Económica ConQuito. (2016). *Tag Archives: Emprendimientos*. Quito - Ecuador: Publicaciones Tag Archives.
- Aguilar, P. (2009). La productividad como factor de competitividad para las pymes. *Scielo*, 242-69.
- Ake, A. (23 de Julio de 2011). Método Dual. *Investigación de Operaciones*, 103-113.
- Alcaide, J., Bernúes, S., Díaz, E., Espinoza, R., Muñiz, R., & Smith, C. (2013). Las principales claves de marketing en la pequeña y mediana empresa. *Marketing y PYMES*, 11-28.
- Alcaldía Metropolitana de Quito. (2015). *Propuesta: Componente Estratégico*. Concejo Metropolitano del DMQ: PMDOT.
- Alianza para el Emprendimiento e Innovación. (2014). Estrategia para desarrollar un Ecosistema de Emprendimiento e Innovación. *Ecuador, un país emprendedor e innovador en el 2020*, 4-63.
- Amemiya, I. (2012). Prueba Piloto. *Metodología de la Investigación*, 23-28.
- Araque, W. (Enero de 2015). Emprendimiento en Ecuador. *Core Bussiness*, 73-78.
- Araque, W. (2017). Innovación, un espacio clave para mejorar la capacidad de competir de las Pymes. *EKOS Negocios*, 28-93.
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica* (Sexta Edición ed.). Caracas - República Bolivariana de Venezuela: Episteme.
- Arias, L., & Portilla, L. (Agosto de 2009). Teoría Económica Clásica acercada a la Actualidad. *Scientia et Technica, ISSN 0122-1701* (43), 117-120.
- Arismendi, E. (21 de Abril de 2013). Tipos y diseños de la Investigación. *Planificación de Proyectos*, 67-79.

- Banco Central del Ecuador. (2017). *Boletín de Indicadores Sectoriales de Competitividad y Productividad*. Quito, Ecuador: Index.
- Barrera, A., & Novillo, N. (2015). *Plan de Desarrollo 2012 - 2022*. Quito - Ecuador: Torres & Cordero Impresora.
- Beltrán, P. (29 de Febrero de 2016). Mapa del Distrito Metropolitano de Quito. *Ecuador Noticias*, pág. 2.
- Benalcázar, R. (2016). Importancia y objetivos de la política monetaria en la Economía Ecuatoriana. *Cuestiones Económicas*, 44-57.
- Benavides, M. (2014). Administración de recursos para la defensa. *Criterios Económicos*, 23-26.
- Bernal, C., Naranjo, G., & Frost, J. (2013). Análisis de la relación entre la innovación y la gestión del conocimiento con la competitividad empresarial. *Revista Académicas Estudios Gerenciales*, 46-57.
- Bolaños, E., & Tobón, A. (2010). Elementos para una teoría clásica de los precios de equilibrio y desequilibrio. *Lecturas de Economía*, 73, 101-130.
- Bonilla, E. (31 de Octubre de 2012). La importancia de la productividad como componente de la competitividad. *Economía*, 158-163.
- Burrano, E., González, V., & Moreno, E. (Julio de 2011). La competitividad como elemento esencial para el desarrollo de las regiones. *Gestión y Desarrollo*, 8(1), 52-78.
- Cadena, J. (2011). La teoría económica y financiera del precio: dos enfoques complementarios. *Criterio Libre*, 9(15), 59-80.
- Cámara de Comercio de Quito. (2017). *Clasificación de las PYMES, pequeña y mediana empresa*. Quito: Consulta Societaria.
- Cartier, E. (2015). Teoría de la Producción. *Nuevas tendencias para la enseñanza de la disciplina "Costos y Gestión"*, 23-34.
- Castañeda, R. (2012). Teoría Humanística. *Teorías Administrativas*, 45-76.

- Castillo. (2011). Política Económica: Crecimiento Económico, Desarrollo Económico, Desarrollo Sostenible. *Revista Internacional del Mundo Económico y del Derecho*, 1-12.
- Catalan, J. (2013). Fairtrade en el mercado. *FAIRTRADE*, 1-4.
- Catapulta. (2011). Avance que ha tenido la cultura de emprendimiento en el Ecuador en los últimos años. *Cimientos de Emprendimiento en Ecuador*, 1-20.
- Cepeda, D. (2005). Tierra, trabajo y capital, factores de producción. *Economía*, 12-17.
- Cobins, R. (2016). La Ley de la Demanda. *Elementos de Economía*, 124-137.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2012). Comercio Justo. *El ABC del Comercio Justo*, 7-8.
- Coraggio, J. (Julio de 2011). El trabajo antes que el capital. *Economía Social y Solidaria*, 345-400.
- Córdova, M. (20 de Octubre de 2009). Método Correlacional. *Enfoques del Pensamiento*, 40-52.
- Cueva, F. (22 de Mayo de 2016). Valor Agregado. *La Hora*, pág. 15.
- De la Hoz, A. (2013). *Generalidades del Comercio Internacional*. Medellín: Esumer.
- De Pelekais, C. (30 de Abril de 2015). Métodos cuantitativos y cualitativos: diferencias y tendencias. 2, 347-352.
- Delgado, L. (2017). El Enfoque al Cliente como Principio de Calidad. *Desarrollo Empresarial*, 12-21.
- Díaz, A. (2015). El Desarrollo Sostenible. *Economía*, 386-402.
- Díaz, M. (2011). Teoría de la producción y costos. *Economía Empresarial*, 123-145.
- Dietze, R. (2016). Factores de Producción. *La Producción ¿Intensiva o Extensiva?*, 45-52.
- Dubois, A. (2015). Redistribuir ante una globalización que genera desigualdad. *Redistribución de la riqueza*, 18-26.

- Echegoyen, J. (2016). Método correlacional. *Introducción a la Metodología de la Investigación*, 50-72.
- Echeverría, J. (2014). Teoría de la Oferta. *Economía Empresarial*, 4-12.
- EKOS Negocios. (2013). Las pymes deben optimizar su gestión para incrementar sus niveles de productividad. *Revista EKOS*, 76-83.
- Elizalde, E. (2012). *Macroeconomía*. México: Red Tercer Milenio S.C.
- Erhard, L., Herzog, B., Müller-Armack, A., Ernste, D., Eucken, W., Marktanner, M., . . . Kloten, N. (2011). *Una mirada a la teoría, a los Modelos Económicos, a las Bases Conceptuales y al Modelo de la "Economía Social en el Mercado"*. Bolivia: GrafPress S.R.L.
- Espae Graduate School of Management. (2017). *Datos de Ecuador del Índice de Competitividad Global*. Quito: Editorial El Comercio.
- Espinoza, R. (2009). El fayolismo y la organización contemporánea. *Visión Gerencial*, ISSN 1317-8822 (1), 53-62.
- Fabbri, S. (2013). La observación. *Las técnicas de investigación*, 112-121.
- Felsinger, E., & Runza, P. (2002). Productividad: Un Estudio de Caso en un Departamento de Siniestros. *El Concepto de Productividad en el Análisis Económico*, 3-12.
- Fernández, N. (2014). Tipos de Investigación. *Metodología de la Investigación*, 89-100.
- Fleury, N. (2015). El método inductivo y el método deductivo. *El saber científico*, 78-102.
- Fuentes, F. (2016). Oferta, demanda y equilibrio del mercado. *Micoeconomía*, 23-46.
- Galeno, E. (2006). Comercio Justo. *Guía sobre el Comercio Justo*, 2-32.
- Galindo. (2011). Crecimiento Económico. *Tendencias y Nuevos Desarrollos de la Teoría Económica*, 39-55.
- Galindo, M., & Ríos, V. (2015). Productividad. *Serie de Estudios Económicos*, 2-9.

- García, A. (2011). El Comercio Justo. Una alternativa de desarrollo local. *Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial*, 11(1), 105-140.
- García, C. (2006). Teorías de la Administración. *Administración y Solución de Problemas*, 17-28.
- Garza, A. (2014). El impacto del Comercio Justo en el desarrollo. *Scielo*, XXII (43), 272-293.
- Godinez, H. (2013). *Teorías del Comercio Internacional*. Chile: Uami.
- Gómez, O. (Marzo de 2012). La productividad de los recursos, factores estratégicos de costos y calidad. *Revista Tecnura*, 18(31), 102-113.
- González, R. (2011). Diferentes Teorías del Comercio Internacional. *Tendencias y Nuevos Desarrollos de la Teoría Económica*, 103-117.
- González, Y. (2012). Teoría de la Oferta. *Microeconomía*, 34-43.
- Gracia, J. (03 de Noviembre de 2015). Desarrollo Sostenible: Origen, Evolución y Enfoques. *Crecimiento Económico* (3).
- Grijalva, X. (01 de Agosto de 2013). La economía solidaria crea el 60% del empleo. *El Telégrafo*, pág. 3.
- Guerra, P. (2014). La construcción de una socioeconomía solidaria como fenómeno comunitarista: el caso latinoamericano. *Serie Estudios sobre Economía Popular y Solidaria Contextos de la "Otra Economía"*, 11-24.
- Guerra, P. (2015). Análisis de fortalezas y debilidades de la economía social y solidaria. *Estudios sobre la Economía Popular y Solidaria. Contextos de la "Otra Economía"*, 28-36.
- Gutiérrez, E. (Diciembre de 2012). De las teorías del desarrollo al desarrollo sustentable. Historia de la construcción de un enfoque multidisciplinario. *Trayectorias*, IX (25), 45-60.
- Haro, F., Córdova, N., & Chong, T. (2016). Modelos de Satisfacción: Fundamentación Teórica y Criterios de Aplicación. *Gaceta Sansana*, 54-62.
- Hernández, M., Cantín, S., López, N., & Rodríguez, M. (2009). *Métodos de Investigación*. México: McGraw Hill.

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación* (Cuarta Edición ed.). México: McGraw Hill.
- Holmes, I. (2016). El Método Pericial. *Método Científico*, 364-398.
- IEBS In Company. (2015). Formación para Empleados. *Business Intelligence*, 67-73.
- Infante, F. (2016). La importancia de los factores productivos y su impacto. *SciELO*, 16(2), 359-678.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC. (2010). *Caracterización del proceso de internacionalización de las PyME ecuatorianas*. Quito: Censo Nacional Económico.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC. (2013). *Pequeños negocios, gran potencial. Las claves de las PYMES*. Quito: Censo Económico.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC. (2014). *Estadísticas Económicas. Reporte Económico - Resultados sectoriales y territoriales en función de las ventas totales PMG (pequeña, mediana y grande empresa) desde el 2009 - 2014*. Quito: Ecuador en Cifras.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC. (2017). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo. *Indicadores Laborales*, 11.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC. (2017). Brechas productivas por tamaño de empresas en el Ecuador. *Panorama Laboral y Empresarial del Ecuador 2017*, 89-97.
- Ivankovich, C., & Araya, Y. (2011). "Focus Groups": Técnica de investigación cualitativa en investigación de Mercados. *Ciencias Económicas*, 29(1), 545-554.
- Jácome, H., & Páez, J. (Octubre de 2014). Desafíos para la economía social y solidaria en la región: Una mirada desde la realidad del Ecuador. *Serie Estudios sobre Economía Popular y Solidaria. Contextos de la "Otra Economía"*.

- Jiliberto, R. (2016). Modelos para la evaluación de la sostenibilidad regional: el caso de la región de Murcia, España. *Polis Revista Latinoamericana*, 1-28.
- Klimovsky, E. (2015). Modelos Básicos de las Teorías de Precios. *Revista Latinoamericana de Economía*, 30(119), 78-103.
- Landasuri, R. (2012). Investigación de Campo. *QuestionPro*, 87-92.
- Larrea, C. (2017). Comercio Internacional: Un breve análisis desde Ecuador enfocado en los países en vías en desarrollo. *Revista Académica de Economía*, 26-37.
- Lavado, & Leal. (1998). Teoría de los dos factores en la satisfacción del cliente. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 4(1), 53-80.
- Lavados, H. (2012). Teorías del Comercio Internacional, Modelos y Algunas Experiencias Empíricas. *Tendencias de Comercio*, 3-25.
- Lecaro, E., Trujillo, E., Villacís, K., Coello, R., & Palacios, R. (2016). Emprendedores en Ecuador. *Global Entrepreneurship Monitor*, 25-33.
- León, F. (20 de Mayo de 2013). Investigación Correlacional. *Métodos de la Investigación Descriptiva*, 145-162.
- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria - LOEPS. (Noviembre de 2017). Título I. Del Ámbito, Objeto y Principios. (*Oficio No. T.4887-SNJ-11-664*). Quito, Pichincha, Ecuador.
- Lombana, J., & Rozas, S. (Junio de 2009). Marco analítico de la competitividad. Fundamentos para el estudio de la competitividad regional. *Pensamiento & Gestión* (26), 1-38.
- Luque, M. (8 de Junio de 2015). La correcta redistribución de la riqueza. *El País*, págs. 8-10.
- Maldonado, P. (26 de Septiembre de 2017). Ecuador sigue cayendo en el índice de competitividad global. *El Comercio*, pág. 10.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados* (Quinta Edición ed.). México: Pearson Prentice Hall.
- Mankiw, G., & Rabasco, E. (2009). *Principios de Economía*. Madrid, España: Paraninfo.

- Mantilla, F. (2015). *Técnicas de muestreo. Un enfoque a la investigación de mercados*. Quito.
- Mantilla, F. (2015). *Un enfoque a la Investigación de Mercados*. Ecuador: Santillana.
- Maroto, A. (2016). Productividad Total, Media y Marginal. *Microeconomía*, 17-21.
- Martínez, E. (2012). Los datos internos son aquellos que se generan dentro de la. *Mercados*, 1-6.
- Martínez, J. (2005). Su desarrollo evolutivo y las propuestas para el nuevo siglo. *Semestre Económico. Administraciones y Organizaciones*, 65-97.
- Martínez, M., Santero, R., Sánchez, L., & Marcos, M. (2014). Posición Competitiva. *Revista Factores de la Competitividad de la PYME*, 105-124.
- Medina, A., & Avila, A. (2002). Evolución de la Teoría Administrativa. Una visión desde la psicología organizacional. *Revista Cubana de Psicología*, 262-272.
- Medina, J. (29 de Junio de 2010). Modelo integral de productividad, aspectos importantes para su implementación. *Revista EAN* (69), 110-119.
- Medina, R. (2013). Las Pymes y su rol en el Comercio. *Centro de Estudios para el Desarrollo Empresarial - CEDE*, 34-45.
- Méndez, M. (2016). Teoría de la Producción y los Costos. *Economía*, 1-21.
- Mendoza, M. (2012). Teoría de la Producción. *Economía*, 76-89.
- Mesa Editorial Merca 2.0. (2013). Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) en las PyMEs. *Mercadotecnia Publicidad Medio MERCA 2.0*, 28-35.
- Meza, J., Barrón, K., & Urciaga, J. (2012). Recursos Naturales y Crecimiento Económico, analizando el Capital Humano. *Revista Internacional de Administración & Finanzas*, 5(1), 93-102.
- Mideros, A. (2017). Planificamos para toda una vida. *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021- Toda una Vida*, 12-13.
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (14 de Marzo de 2013). Economía Popular y Solidaria aporta el 13% del PIB de Ecuador. *Ecuador Inmediato*, pág. 7.

- Ministerio de Industrias y Productividad. (2013). Acuerdo para incrementar el comercio de las Pymes. *Diario El Universo*, 12-14.
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2015). *Innovación, competitividad y productividad de las PYMES*. Quito: Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe - SELA.
- Ministerio de Trabajo. (2015). *Participación, implicación y responsabilidad laboral*. Quito: Enlaces Gubernamentales.
- Miquel, S., Bigné, E., Cuenca, A., Miquel, M., & Lévy, J. (1997). *Investigación de Mercados*. Madrid: McGraw Hill.
- Morales, C., & Masis, A. (Octubre de 2014). Medición de la productividad del valor agregado. *Productividad*, 8(2), 41-49.
- Morales, M., & Pech, J. (Junio de 2000). Competitividad y estrategia: el enfoque de las competencias esenciales y el enfoque basado en los recursos. *Contaduría y Administración* (197), 47-63.
- Muñoz, P. (24 de Agosto de 2015). La Economía Popular y Solidaria, un eje clave del sistema económico. *Chakana*, 3-15.
- Olliver, J. (2013). Inversión en el proceso de innovación en empresas pequeñas y medianas. *Revista Scielo* (227), 9-28.
- Ordoñez, J. (Diciembre de 2014). Teorías del desarrollo y el papel del Estado. *Scielo*, 21(2), 52-67.
- Orellana, C. (2016). Investigación Cuantitativa. *Importancia de las Metodologías*, 22-32.
- Ortiz, J. (Agosto de 2012). Acercamiento a la actualidad de Max Weber. *Reencuentro* (ISSN: 0188-168X), 21-26.
- Ospina, M., Puche, M., & Arango, B. (Mayo de 2014). Gestión de la Innovación en Pequeñas y Medianas Empresas. Generando ventajas competitivas y posicionamiento en el Mercado. *GPT Gestión de las Personas y la Tecnología* (19).

- Pérez, D., & Pérez, I. (2016). El precio, tipos y estrategias de fijación. *Escuela de Negocios EOI*, 24-53.
- Pilay, F. (23 de Noviembre de 2015). Microeconomía en la toma de decisiones gerenciales. *Revista ECA Sinergia*, 7(ISSN 1390 – 662), 18-28.
- Pinda, B. (2016). La Economía Popular y Solidaria. Un Estudio Exploratorio de la Situación en el Ecuador. *Economía*, 56-67.
- Pita, & Pértegas. (2002). Investigación cuantitativa y cualitativa. *Investigaciones Aplicativas*, 76-78.
- Ramírez. (2008). Teorías del desarrollo. *Política y Gobierno*, 409-441.
- Ramírez, C., Carbal, A., & Zambrano, A. (2012). La Creación de Valor en las Empresas. *Saber, Ciencia y Libertad*, 157-169.
- Recalde, J. (29 de Enero de 2013). El modelo económico en Ecuador. *El Telégrafo*, pág. 3.
- Recalde, S. (12 de Abril de 2017). A pesar de la recesión, desde el tercer trimestre del año pasado los sectores productivos empezaron a recuperarse. *El Telégrafo*, pág. 3.
- Remintong, T. (2014). Metodologías. *Método Inductivo y método deductivo*, 197-210.
- Reyes, A. (2016). Tipos de Entrevista. *Entrevista Cualitativa*, 198-213.
- Ricoy, C. (2005). La Teoría del Crecimiento Económico de Adam Smith. *Economía y Desarrollo*, 11-47.
- Robles, F. (2016). Método Inductivo y Deductivo: características y diferencias. *Lifeder*, 176-189.
- Rodríguez, C. (2015). Breve recuento histórico y algunas ideas para planificar su cambio. *Administración Pública Ecuatoriana*, 35-56.
- Romero, L. (Agosto de 2016). Competitividad y productividad en empresas familiares pymes. *Revista Escuela de Administración de Negocios (57)*, 131-141.
- Rosales, M. (2012). Investigación Cuantitativa. *Marco Metodológico*, 56-71.

- Rubio, L., & Baz, V. (2004). Competitividad. *El Poder de la Competitividad*, 5-25.
- Rubio, L., & Baz, V. (Agosto de 2004). El Poder de la Competitividad. *SCielo*, 4-83.
- Ruíz, J. (2012). Entrevista en profundidad. *Revista INAH*, 122-143.
- Saavedra, M. (Junio de 2017). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *Pensamiento & Gestión*, 93-124.
- Salim, L., & Carbajal, R. (2006). Competitividad: marco conceptual y análisis sectorial. *Investigaciones Económicas*, 9-57.
- Salvador, G. (2016). Agregado de Valor. *Economía y Mercados*, 75-81.
- Sampieri, R., Collado, C., & Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Sánchez, J. (Octubre de 2016). Institucionalidad y políticas para la economía popular y solidaria: balance de la experiencia ecuatoriana. *Economía Solidaria. Historias y prácticas de su fortalecimiento*, 35-48.
- Sandoval, E. (2015). La oferta y la demanda. *Economía*, 49-77.
- Sandoval, M. (08 de Septiembre de 2016). Metodología de la Investigación. *Ciencia y Metodología*, 50-62.
- Sarduy, Y. (Noviembre de 2007). El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa. *33(3)*, 1-11.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - Senplades. (2017). Economía al Servicio de la Sociedad. *Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021*, 71-88.
- Seminario, A. (2016). Comercio Justo. *EKOS*, 94-104.
- Silvestrini, M., & Vargas, J. (2008). Fuentes de Información. *Metodologías*, 128-139.
- Solórzano, G., & Nereida, J. (2013). Importancia de la Calidad del Servicio al Cliente. *El Buzón de Pacioli*, 4-13.

- Sous, V., Driessnack, M., & Costa, I. (Mayo - Junio de 2007). Revisión de Diseños de Investigación. *SCielo*, 100-105.
- Suárez, H. (18 de Mayo de 2015). Maximización en el Método Dual Simplex. *Metodologías*, 114-128.
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria - SEPS. (2012). Fundamentos y Principios de la Economía Popular y Solidaria. *Economía Popular y Solidaria*, 2-11.
- Tapia, J. (2015). Teoría de los Precios. *Economía*, 5-14.
- Thompson, I. (2016). La Satisfacción del Cliente. *Desarrollo Empresarial*, 87-102.
- Toro, J. (2012). *Fundamentos de Teoría Económica: Conceptos Prácticos de Micro y Macroeconomía*. Venezuela: Cognition.
- Unidad de Análisis Económico e Investigación EKOS Negocios. (2013). PYMES: Contribución clave en la economía. *Revista EKOS*, 35-40.
- Unidad de Análisis Económico e Investigación EKOS Negocios. (2015). Empresas y Negocios Ecuador. *Revista EKOS*, 29-32.
- Uttamchandani, R. (2014). Las claves para que pymes aprendan a conocer a su competencia. *América Economía*, 161-169.
- Vallesteros, F. (2009). Competitividad en las Empresas. *Comercio Exterior, Inversión y Negociación*, 57-78.
- Van, D., & Meyer, W. (21 de Septiembre de 2006). Estrategia de la investigación experimental. *Manual de técnica de la investigación*, 182-203.
- Vargas, A., & Santana, N. (Agosto de 2010). Método Correlacional. *Psicología Iberoamericana*, 22-42.
- Vargas, G. (2010). Análisis microeconómico y teoría del valor – trabajo. *Investigación Económica*, 69(272).

Vargas, I. (2012). La entrevista en la investigación cualitativa. *Nuevas Tendencias y Retos.*

Revista Calidad en la Educación Superior, 31(1), 119-139.

Vergara, C., & Ortiz, D. (Diciembre de 2016). Desarrollo sostenible: enfoques desde las ciencias

económicas. *SCielo, 35(62), 15-52.*

Vitta, A. (2014). Política de precios. *Emprende PYME, 24-31.*

Vivas, G. (2010). Satisfacción de los clientes. *América Economía, 65-77.*

World Trade Organization - WTO. (2010). La teoría del comercio y los recursos naturales.

Informe sobre el Comercio Mundial, 72-107.