



Universitat de Lleida

Factores determinantes del crecimiento empresarial Análisis de las PYMES de la Zona 3 del Ecuador

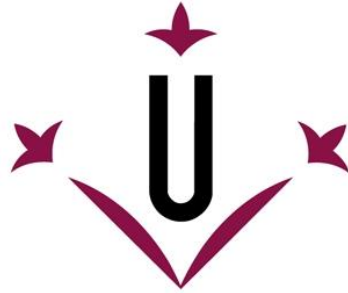
Christopher López Samaniego

<http://hdl.handle.net/10803/689690>

ADVERTIMENT. L'accés als continguts d'aquesta tesi doctoral i la seva utilització ha de respectar els drets de la persona autora. Pot ser utilitzada per a consulta o estudi personal, així com en activitats o materials d'investigació i docència en els termes establerts a l'art. 32 del Text Refós de la Llei de Propietat Intel·lectual (RDL 1/1996). Per altres utilitzacions es requereix l'autorització prèvia i expressa de la persona autora. En qualsevol cas, en la utilització dels seus continguts caldrà indicar de forma clara el nom i cognoms de la persona autora i el títol de la tesi doctoral. No s'autoritza la seva reproducció o altres formes d'explotació efectuades amb finalitats de lucre ni la seva comunicació pública des d'un lloc aliè al servei TDX. Tampoc s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant als continguts de la tesi com als seus resums i índexs.

ADVERTENCIA. El acceso a los contenidos de esta tesis doctoral y su utilización debe respetar los derechos de la persona autora. Puede ser utilizada para consulta o estudio personal, así como en actividades o materiales de investigación y docencia en los términos establecidos en el art. 32 del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (RDL 1/1996). Para otros usos se requiere la autorización previa y expresa de la persona autora. En cualquier caso, en la utilización de sus contenidos se deberá indicar de forma clara el nombre y apellidos de la persona autora y el título de la tesis doctoral. No se autoriza su reproducción u otras formas de explotación efectuadas con fines lucrativos ni su comunicación pública desde un sitio ajeno al servicio TDR. Tampoco se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al contenido de la tesis como a sus resúmenes e índices.

WARNING. Access to the contents of this doctoral thesis and its use must respect the rights of the author. It can be used for reference or private study, as well as research and learning activities or materials in the terms established by the 32nd article of the Spanish Consolidated Copyright Act (RDL 1/1996). Express and previous authorization of the author is required for any other uses. In any case, when using its content, full name of the author and title of the thesis must be clearly indicated. Reproduction or other forms of for profit use or public communication from outside TDX service is not allowed. Presentation of its content in a window or frame external to TDX (framing) is not authorized either. These rights affect both the content of the thesis and its abstracts and indexes.



Universitat de Lleida

TESIS DOCTORAL

**Factores determinantes del crecimiento empresarial
Análisis de las PYMES de la Zona 3 del Ecuador.**

Christopher López Samaniego.

Memoria presentada para optar al grado de Doctor por la
Universidad de Lleida Programa de Doctorado en Derecho y
Administración de Empresas.

Director: Dra. Ximena Morales Urrutia
Tutor: Dr. Antonio Blanc Altemir

Lleida- 2023

AGRADECIMIENTOS

A dios por darme la salud y la fuerza para, la realización de este trabajo de investigación que requiere de mucho tiempo.

A mi esposa Ximena y mis Hijas Samantha y Victoria por ser el soporte y la ayuda en el día a día y brindarme su apoyo incondicional.

También mi agradecimiento al Tutor de mi tesis el Dr. Antonio Blanc Altamir y a mi Directora La Dra. Ximena Morales. Quienes, con su sabiduría, orientación paciencia, critica, y sugerencias, me han sabido guiar en la investigación de forma correcta.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AGRADECIMIENTOS	II
ÍNDICE DE CONTENIDOS	III
ÍNDICE DE TABLAS.....	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XII
RESUMEN.	XIV
RESUM.....	XV
SUMMARY.	XVI
CAPITULO I.....	1
INTRODUCCIÓN	2
1.1 Marco referencial.	2
1.2 Análisis de la problemática.....	10
1.3 Formulación del Problema	11
1.4 Preguntas directrices.....	11
1.5 Objetivos	11
1.5.1 Objetivo General.	11
1.5.2 Objetivos Específicos.....	11
CAPITULO II	13
1. ESTADO DEL ARTE	14
2.1 La Empresa.....	14
2.1.1 Emprendimiento.....	15
2.1.2 Empresario.....	16
2.1.3 Clases de empresas.	17
2.1.4 Ciclo de vida de las empresas.	19
2.2 Las pequeñas y medianas empresas.	21
2.2.1 Iniciación de las PYMES en Ecuador.	21
2.2.2 Las principales características de las PYMES.....	23
2.2.3 La planificación, los sistemas de control de gestión y el rendimiento de las PYMES. 26	
2.2.4 La gestión de la calidad y el rendimiento.....	27

2.2.5	La tecnología y el rendimiento.....	27
2.2.6	Los recursos humanos y el rendimiento.....	28
2.3	Limitaciones empresariales.....	33
2.4	Evolución de PYMES.....	33
2.4.1	Evolución de PYMES en la Zona 3.....	36
CAPÍTULO III.....		38
3	MARCO METODOLÓGICO.....	39
3.1	Exploración bibliográfica preliminar.....	39
3.2	Descripción del Contexto Zonal.....	39
3.3	La investigación cuantitativa, descriptivo y analítico.....	39
3.4	El enfoque cuantitativo.....	39
3.5	Es descriptivo.....	40
3.6	Una investigación analítica.....	40
3.7	Herramientas estadísticas para el análisis.....	40
3.8	Las pruebas Ómnibus.....	42
3.9	La Prueba de Hosmer y Lemeshow.....	43
3.10	El modelo Probit.....	44
3.11	R cuadrado de Cox y Snell y el R cuadrado de Nagelkerke.....	44
3.12	Análisis FODA.....	45
3.13	Escala de Niveles de Competitividad para PYMES.....	47
3.14	Mapa de Procesos.....	47
3.15	El mapa de competitividad.....	48
3.16	Valoración de las variables mediante la escala Likert.....	48
3.17	Enfoque, alcance y diseño de la investigación.....	49
3.18	Enfoque de la Investigación:.....	49
3.19	Alcance de la Investigación:.....	49
3.20	Diseño de la Investigación:.....	49
3.21	Diseño del instrumento de medición.....	50
3.22	Elaboración de cuestionario para las entrevistas de los Indicadores de Competitividad.....	51
3.22.1	Recopilación de los datos.....	53
3.22.2	Población y muestra.....	53
3.22.3	Muestra.....	56
3.22.4	Procesamiento de datos.....	57
CAPÍTULO IV.....		59

4	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.	60
4.1	Resultado del análisis de los factores determinantes para la medición del nivel de las PYMES.	60
4.2	Procedimiento sistemático para las PYMES en la recolección de la información.	63
4.3	Escala de Niveles de Competitividad para PYMES.	63
4.3.1	Nivel de competitividad de las PYMES a partir del análisis de factores determinantes.	65
4.3.2	Análisis FODA	68
4.3.3	El mapa de competitividad	74
4.3.4	Modelo logístico.	75
4.3.5	Variables Significativas que determina la competitividad de las PYMES.	75
4.3.6	Análisis de la investigación cuantitativa y regresión logística.	76
4.3.7	Características Generales de las PYMES.	76
4.3.8	Variables Significativas que determina la competitividad de las PYMES.	79
4.3.9	Análisis de los modelos	80
4.3.10	Modelo dicotómico Probit	81
4.3.11	Análisis principal Regresión múltiple.	82
4.3.12	Análisis e interpretación de resultados de la encuesta.	94
4.2.1	Información general	94
4.2.2	Específica.	95
4.3.13	Estudio estadístico Pymes de la Zona 3.	101
1.	Cotopaxi.	102
a)	Servicios.	102
b)	Comercio.	103
c)	Agricultura y ganadería.	103
d)	Industrias Manufactureras.	104
e)	Construcción.	105
2.	Chimborazo.	105
a)	Servicio.	105
b)	Comercio.	106
c)	Agricultura y ganadería.	107
d)	Construcción.	108
3.	Tungurahua.	108
a)	Servicio.	108
b)	Comercio.	109

c)	Agricultura y ganadería.....	110
d)	Industrias Manufactureras.....	111
e)	Construcción.....	111
4.	Pastaza.....	112
a)	Servicio.....	112
b)	Comercio.....	113
c)	Agricultura y ganadería.....	114
d)	Construcción.....	114
4.3.14	Comparativa de provincias de la Zona 3 – Servicio.....	115
3.5.7	Comparativa de provincias de la Zona 3 – Agricultura y ganadería.....	118
4.4	Discusión.....	120
4.5	Anexo de la encuesta a los directores de las Pymes de la Zona 3.....	122
	Información General.....	122
4.6	Respuesta a las preguntas del problema.....	123
4.6.1	Variaciones porcentuales anuales del número de PYMES en Ecuador de 2009 a 2018.	123
4.6.2	Tasas de variación anual de las ventas totales de PYMES Ecuador de 2009 a 2018.	124
4.6.3	Evolución del Producto Interior Bruto y de las Ventas Totales de las PYMES en Ecuador de 2009 a 2018.....	125
4.6.4	Evolución del producto interno y empleo de las PYMES en Ecuador, 2009-2018.	126
4.6.5	Producción de Bruta de la Zona 3 en relación con la producción nacional de 2014 a 2020 en miles de dólares.....	128
4.6.6	Empleo y desempleo.....	128
4.6.7	Covid-19 y su afectación al sector laboral.....	131
4.6.8	Índice de pobreza NBI de la Zona 3 para los años 2014 a 2019 expresado en porcentajes.....	133
4.6.9	PYMES y la innovación tecnológica.....	133
4.6.10	Compras y ventas por internet.....	136
4.6.11	Financiamiento para PYMES.....	138
4.6.12	¿El financiamiento hacia las PYMES de la Zona 3 del Ecuador incide en los factores determinantes del crecimiento empresarial de las PYMES de la Zona 3 del Ecuador?.....	143
4.6.13	¿Los canales comerciales inciden en los factores determinantes del crecimiento empresarial de las PYMES de la Zona 3 del Ecuador?.....	145
	CAPÍTULO V.....	149

5 Conclusiones y Recomendaciones	150
5.1 Conclusiones.	150
Planificación estratégica.	150
Aprovisionamiento y logística	151
Calidad.	151
Marketing.	151
Servicio al cliente.....	152
Contabilidad y finanzas	152
Talento Humano.....	152
5.2 Recomendaciones.....	154
Planificación Estratégica.	154
Aprovisionamiento y logística.	155
Calidad.....	155
Marketing.	155
Servicio al cliente.....	156
Contabilidad y Finanzas.	156
Talento Humano.....	156
Referencias Bibliográficas.	158
Anexo de la encuesta a los directores de las Pymes de la Zona 3.	167
Información general	167
Anexo 2	170

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Sectores económicos.....	4
Tabla 2 Estructura de las empresas por actividad	7
Tabla 3 Composición de la actividad económica de la Zona 3.....	9
Tabla 4 Componentes de la empresa	14
Tabla 5 Clasificación PYMES en Ecuador.	17
Tabla 6 Clasificación PYMES según MIPRO.....	17
Tabla 7 Clasificación Superintendencia de Compañías	18
Tabla 8 Clasificación de las empresas por volumen de ventas	19
Tabla 9 Cuadro comparativo de ocupación de las PYMES	24
Tabla 10 Cuadro comparativo de ventas de las PYMES	25
Tabla 11 Cuadro comparativo de activos de las PYMES	26
Tabla 12 Número y tamaño de empresas a nivel nacional	34
Tabla 13 Índice per cápita por cada 100,000 habitantes.	35
Tabla 15 Estructura de PYMES por sector económico.	53
Tabla 16 Venta en millones de USD de las PYMES	54
Tabla 17 Ventas totales según participación	55
Tabla 18 Población PYMES de las provincias que integran la Zona 3	55
Tabla 19 Muestra de encuestas por provincias que integran la Zona 3	56
Tabla 20 Factores determinantes por autores.	61
Tabla 23 Nivel de Competitividad por Indicadores	66
Tabla 24 Nivel Competitivo por Factores que determina la competitividad de las PYMES.	68
Tabla 25 Planificación Estratégica en las PYMES.....	68
Tabla 26 Aprovechamiento y Logística de las PYMES.	69
Tabla 27 Calidad de las PYMES	69
Tabla 28 Marketing y Ventas de las PYMES	70
Tabla 29 Servicio al Cliente y Operaciones de las PYMES	71
Tabla 30 Contabilidad y finanzas.....	71

Tabla 31 <i>Talento Humano de las PYMES</i>	72
Tabla 32 <i>Gestión Ambiental de las PYMES</i>	72
Tabla 33 <i>Sistemas de Información de las PYMES</i>	73
Tabla 34 <i>Desarrollo e Innovación de las PYMES</i>	73
Tabla 35 <i>Rango Competitivo de las PYMES</i>	74
Tabla 36 <i>Características generales</i>	77
Tabla 37 <i>Factores determinantes</i>	82
Tabla 38 <i>Codificación de variable</i>	83
Tabla 39 <i>Codificación de variable categóricas</i>	83
Tabla 40 <i>Historial de iteraciones</i>	84
Tabla 41 <i>Tabla de clasificación</i>	85
Tabla 42 <i>Variables de la ecuación</i>	85
Tabla 43 <i>Variables que no están en la ecuación</i>	86
Tabla 44 <i>Pruebas ómnibus de coeficientes de modelo</i>	87
Tabla 45 <i>Resumen del modelo</i>	88
Tabla 46 <i>Prueba de Hosmer y Lemeshow</i>	89
Tabla 47 <i>Contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow</i>	89
Tabla 48 <i>Tabla de clasificación</i>	91
Tabla 49 <i>Variables en la ecuación</i>	91
Tabla 50 <i>Lista por casos b</i>	94
Tabla 51 <i>Genero del emprendedor</i>	94
Tabla 52 <i>Instrucción del emprendedor</i>	95
Tabla 53 <i>Motivo de creación de la empresa</i>	95
Tabla 54 <i>Experiencia previa en gestión de una PYME</i>	96
Tabla 55 <i>Capital inicial para crear la empresa</i>	96
Tabla 56 <i>Principales clientes</i>	97
Tabla 57 <i>Competitividad de la empresa</i>	97
Tabla 58 <i>Imagen corporativa</i>	98

Tabla 59 <i>Crecimiento de la empresa</i>	98
Tabla 60 <i>Barrera principal externa</i>	99
Tabla 61 <i>Barrera principal interna</i>	100
Tabla 62 <i>Programa de apoyo y asociatividad para PYMES.</i>	100
Tabla 63 <i>Actividad economía de Servicios en Cotopaxi 2020</i>	102
Tabla 64 <i>Actividad economía de Comercio en Cotopaxi 2020</i>	103
Tabla 65 <i>Actividad economía de Agricultura y ganadería en Cotopaxi 2020</i>	103
Tabla 66 <i>Actividad economía de Industrias Manufactureras en Cotopaxi 2020</i>	104
Tabla 67 <i>Actividad economía de Construcción en Cotopaxi 2020</i>	105
Tabla 68 <i>Actividad economía de Servicio en Chimborazo 2020</i>	106
Tabla 69 <i>Actividad economía de Comercio en Chimborazo 2020</i>	106
Tabla 70 <i>Actividad economía de Agricultura y ganadería en Chimborazo 2020</i>	107
Tabla 71 <i>Actividad economía de Construcción en Chimborazo 2020</i>	108
Tabla 72 <i>Actividad economía de Servicio en Tungurahua 2020</i>	109
Tabla 73 <i>Actividad economía de Comercio en Tungurahua 2020</i>	109
Tabla 74 <i>Actividad economía de Agricultura y ganadería en Tungurahua 2020</i>	110
Tabla 75 <i>Actividad economía de Industrias Manufactureras en Tungurahua 2020</i>	111
Tabla 76 <i>Actividad economía de Construcción en Tungurahua 2020</i>	112
Tabla 77 <i>Actividad economía de Servicio en Pastaza 2020</i>	112
Tabla 78 <i>Actividad economía de Comercio en Pastaza 2020</i>	113
Tabla 79 <i>Actividad economía de Agricultura y ganadería en Pastaza 2020</i>	114
Tabla 80 <i>Actividad economía de Construcción en Pastaza 2020</i>	115
Tabla 81 <i>Actividad economía de Servicio Zona 3</i>	116
Tabla 82 <i>Actividad economía de Comercio Zona 3</i>	117
Tabla 83 <i>Actividad economía de Agricultura y ganadería Zona 3</i>	118
Tabla 84 <i>Actividad economía de Construcción Zona 3</i>	119
a) <i>Genero del emprendedor</i>	122
b) <i>Instrucción del emprendedor</i>	122

INFORMACION ESPECIFICA.....	122
Tabla 85 Variación de las tasas de empleo	132
Tabla 86 Colocaciones 2020 Zona 3 (En Millones de USD).....	138
<i>Genero del emprendedor.....</i>	167
<i>Instrucción del emprendedor.....</i>	167
INFORMACION ESPECIFICA.....	167

ÍNDICE DE FIGURAS.

Figura 1 Prestación de servicios de calidad.....	5
Figura 2 Zonas del Ecuador.....	6
Figura 3 Mapa del Ecuador de las provincias de la Zona 3	8
Figura 4 Ciclo de vida de la empresa.	19
Figura 5 Proyecciones del 2020 en la Zona 3.....	36
Figura 6 Evolución de ventas en millones de dólares corrientes y constantes de 2009, período 2018	54
Figura 7 Mapa de procesos.....	62
Figura 8 Indicadores de Competitividad de las PYMES	65
Figura 9 Representación de los Factores Determinantes de Competitividad.	67
Figura 10 Mapa de Competitividad de las PYMES.....	75
Figura 11 Tasas de crecimiento anual de las PYMES en Ecuador de 2009 a 2018.	123
Figura 12 Porcentajes anuales totales de variación de las ventas de PYMES Ecuador de 2009 a 2018.	124
Figura 13 Evolución del producto Interno bruto y las enta totales d las PYMES Ecuador 2009-2018	125
Figura 14 Evolución del Producto interno bruto y los Empleos PYMES ecuador 2009-2018.....	126
Figura 15 Producción de Bruta de la Zona 3 en relación con la producción nacional de 2014 a 2020 en miles de dólares.....	128
Figura 16 Empleo total, Tercera Zona de Planificación, 2007-2020.	129
Número de personas.....	129
Figura 17 Empleo adecuado en la Zona 3 de 2014 a 2019 en porcentajes.....	130
Figura 18 Comparativo de las tasas de desempleo abierto de las zonas de planificación del Ecuador para el año 2018, en porcentajes.....	131
Figura 19 Índice de pobreza por NBI para la zona de planificación 3 de 2014 a 2019 en porcentajes.	133
Figura 20 PYMES y la innovación tecnológica 2014- 2019, en porcentajes.....	134
Figura 21 Número de dispositivos que disponen las empresas.....	135
Figura 22 PYMES con acceso a internet.....	136

Figura 23 Compras y ventas por internet.....	137
Figura 24 Ventas realizadas por las PYMES.....	137
Figura 25 Nivel de colocaciones en el mercado.	139
Figura 26 Colocaciones Pyme Exprés 2020 por Segmento y Subsegmento de Crédito (En Millones de USD)	140

RESUMEN.

La Zona 3 del Ecuador es la más grande de la nación, supera el 18% del territorio ecuatorial.

Esta región se destaca por su ubicación geográfica estratégica como enlace crítico entre la Amazonía y la Sierra. Por esta razón, la investigación actual anima a las empresas y a los empresarios a identificar los factores que afectan a los ciclos de vida de las pequeñas y medianas empresas (PYMES). Este estudio se basa en una investigación de campo realizada a través de la gestión de encuestas a 378 empresarios.

Este análisis demuestra las necesidades de las empresas en los mercados emergentes e identifica los elementos de la intensa competencia empresarial necesarios para una gestión eficaz que sea relevante para la productividad y la sostenibilidad. En este estudio se propone desarrollar un modelo de factores clave de gestión empresarial que permita a las empresas ampliar sus mercados y mejorar el crecimiento económico mediante la aplicación de factores de vanguardia como la planificación estratégica, la logística, el control de calidad, el marketing y las ventas, el servicio al cliente y las operaciones.

En el estudio realizado se han llevado a cabo esfuerzos significativos para recuperar las empresas de menor tamaño. También se han detectado problemas y debilidades referidas a la frágil institucionalidad como también a una falta de visión estratégica sobre el rol de las empresas en la transformación productiva, lo que dificulta la adopción de acciones de reciclaje con programas más generales.

Finalmente, Por fin se ha propuesto un paradigma de gestión administrativa para las empresas. En la que se utilizó factores clave como los recursos de ventaja competitiva, los indicadores de satisfacción del cliente y la planificación estratégica, este modelo permitirá ampliar el mercado y mejorar el crecimiento de la industria.

Palabra clave: empresas, emprendedores, estrategias, factores determinantes, productividad, pymes.

RESUM

La zona 3 es la més gran del país, donat que suposa el 18% del territori equatorià. Aquesta àrea es caracteritza per la seva posició geogràfica estratègica, ja que es tracta d'una zona de relació molt important entre la serra i l'amazonia. Per aquesta raó, la recerca actual motiva a les empreses i als empresaris a descobrir els factors determinants en el desenvolupament del cicle de vida de les petites i mitjanes empreses (pymes). Aquest estudi es basa en la recerca de camp amb l'aplicació d'enquestes a 378 emprenedors. Aquest anàlisi mostra les necessitats de les pymes en els nous camps de mercat i determina igualment els factors d'alta competitivitat empresarial que es requereixen en una gestió rellevant per a la productivitat i la sostenibilitat. Amb aquesta recerca es proposa generar un model de gestió dels factors determinants per a les pymes, el que permetrà a les empreses ampliar els mercats i millorar el desenvolupament econòmic, amb l'aplicació de factors innovadors com la planificació estratègica, logística, qualitat, marketing i vendes, servei al client i operacions.

En l'estudi realitzat s'han portat a terme esforços significatius per recolçar les empreses de menor tamany. També s'han detectat problemes i febleses referides a la fràgil institucionalitat com també a una manca de visió estratègica sobre el paper de les pymes en la transformació productiva, la qual cosa dificulta l'adopció d'accions de recolçament amb programes més generals.

En aquest procés es posa de manifest que les principals febleses de les pymes es refereixen al seu funcionament sense comptar amb un model estratègic administratiu. Això també ens porta a sospitar que aquestes adoleixen d'estratègies de negoci. El més rellevant és l'actitud oberta dels empleadors que están disposats als canvis i transformacions per implementar estratègies més competitives i productives.

Finalment s'ha proposat un model de gestió administrativa a les pymes que ens permetrà ampliar els mercats i millorar el desenvolupament de la indústria gràcies a l'aplicació de factors determinants com a recursos estratègics per a la competitivitat, indicadors de servei al client i planificació estratègica.

Paraules clau: empreses, emprenedors, estratègies, factors determinants, productivitat, pymes.

SUMMARY.

Ecuador's Zone 3 is the largest in the nation, covering more than 18% of the equatorial territory.

This region stands out for its strategic geographic location as a critical link between the Amazon and the Sierra. For this reason, the current research encourages companies and entrepreneurs to identify the factors that affect the life cycles of small and medium-sized enterprises (SMEs). This study is based on field research conducted through the management of surveys of 378 entrepreneurs.

This analysis demonstrates the needs of businesses in emerging markets and identifies the elements of intense business competition necessary for effective management that is relevant to productivity and sustainability. This study proposes to develop a model of key business management factors that will enable companies to expand their markets and improve economic growth through the application of cutting-edge factors such as strategic planning, logistics, quality control, marketing and sales, customer service and operations.

In the study conducted, significant efforts have been made to recover smaller companies. Problems and weaknesses have also been detected in relation to the fragile institutional framework, as well as a lack of strategic vision of the role of companies in productive transformation, which makes it difficult to adopt recycling actions with more general programs.

This study proposes the development of a model of key business management factors that will enable companies to expand their markets and improve economic growth through the application of cutting-edge factors such as strategic planning, logistics, quality control, marketing and sales.

Finally, an administrative management paradigm for companies has finally been proposed. Using key factors such as competitive advantage resources, customer satisfaction indicators and strategic planning, this model will enable market expansion and enhance industry growth.

Keyword: companies, entrepreneurs, strategies, determinants, productivity, pymes.

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Marco referencial.

Durante la última década, ha surgido un evidente aumento de interés a nivel mundial en la investigación de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), como ha sido destacado por los trabajos de Pérez-Vargas et al. (2016), en un contexto altamente técnico. Esta progresión, se atribuye al constante aumento en la prevalencia de tales entidades a escala global, como lo señaló (Zoila López Cadena, 2019). Es digna de mención su papel fundamental en el fortalecimiento de las economías nacionales y su encomiable capacidad para adaptarse rápidamente a los cambios en su entorno. Como lo subraya la obra conjunta de Pérez-Vargas et al. (2016), su importancia numérica se vuelve evidente, ya que constituyen más del 95% de todo el panorama corporativo dentro de cada Estado soberano (Giraldo Múnera, Bedoya Bermudez, & Vargas Restrepo, 2019).

El marco referencial de esta investigación se asienta en la intersección entre la vitalidad económica de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en la Zona 3 del Ecuador y su contexto geográfico estratégico. Conocida por abarcar más del 18% del territorio ecuatoriano, esta región desempeña un papel crucial como un punto de confluencia entre las regiones de la Amazonía y la Sierra. Esta ubicación geográfica no sólo incide en las dinámicas económicas locales, sino que también presenta oportunidades únicas y desafíos para el desarrollo empresarial en un entorno diverso y en evolución (Velasteguí, 2021).

En este sentido, se aborda la necesidad de comprender los factores que afectan a las PYMES en esta región en constante cambio. La literatura existente sugiere que las PYMES son impulsores clave del crecimiento económico y la generación de empleo en economías en desarrollo como la de América Latina. Además, su papel como elementos de cohesión social y agentes de transformación productiva ha sido ampliamente reconocido. La presente investigación se sitúa en el cruce de estos conceptos, buscando explorar cómo las PYMES en la Zona 3 del Ecuador se desempeñan en este contexto y cómo podrían fortalecerse para maximizar su contribución al desarrollo regional y nacional Pineda et al. (2018).

Este marco de referencia se ancla en el análisis de los factores que generan o son determinante para el crecimiento empresarial, la competencia empresarial, la productividad

y la gestión eficiente en el ámbito de las PYMES. Se reconoce que, a pesar de su importancia económica, estas empresas a menudo enfrentan obstáculos en términos de escala, acceso a recursos y conocimientos de gestión. A través de la investigación de campo y el análisis de datos, se pretende construir una base de conocimientos sólida que permita la identificación de las prácticas más efectivas y las áreas de mejora para las PYMES en la Zona 3 Gavilánez, M. I., et al (2018).

Estas, desempeñan un papel primordial con el potencial de potenciar el crecimiento en América Latina. Estas empresas se caracterizan por su variada diversidad en términos de acceso a los mercados, tecnologías y recursos humanos, así como por sus interconexiones con otras empresas similares. Dichos factores contribuyen a su nivel de productividad, capacidad de exportación y oportunidades de crecimiento. Por una parte, ocupan una posición fundamental dentro del sistema económico regional, representando el 99% de las empresas y empleando al 67% de la fuerza laboral activa. Por otra parte, contribuyen con una proporción relativamente modesta de la producción nacional total, lo que señala deficiencias en los niveles de productividad de estos países (Correa Leiva & Stumpo, 2018).

Para ilustrar un poco este marco de referencia en la región, es de hacer notar que las empresas de gran envergadura en la región exhiben niveles de productividad hasta 33 veces superiores en comparación con las microempresas, y hasta seis veces mayores en comparación con las pequeñas empresas. En contraste, naciones pertenecientes a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), incluidos sus miembros Chile, Costa Rica, Colombia y México, estas disparidades oscilan entre 1.3 y 2.4 veces (Correa Leiva & Stumpo, 2018).

Esas cifras para América Latina constituyen más del 99,5% de las empresas y generan el 60% del empleo formal. Aunque impulsan el crecimiento económico y la inclusión social, enfrentan desafíos en términos de organización interna y productividad en comparación con grandes empresas. A pesar de esto, siguen siendo pilares fundamentales en la economía y contribuyen significativamente al Producto Interno Bruto (PIB) y la competitividad, aportando entre un 25% y 30% al PIB (SRI, 2017) y demostrando su influencia en la producción y exportación. Su importancia en la transformación productiva y el desarrollo social es innegable (Rommel, 2017).

Se puede apreciar con detenimiento, temas sensibles a la categorización y registro de estos modelos empresariales, para el último censo económico nacional en Ecuador que se realizó en 2014, y en él que se incluyeron las mismas 843.745 empresas y el 1'126.365 establecimientos a nivel nacional, que se habían registrado previamente en el Servicio de Internas Rentas (SRI) (Aca Varela., et al, 2010). El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) tomó en cuenta los siguientes factores: El volumen de ventas anual y el número de empleados, sólo para brindar información útil sobre la categorización y registros de esos negocios y establecimientos según esa metodología (INEC, 2016).

Al hablar de factores determinantes es necesario identificar la administración de los recursos humanos financieros, económicos y técnicos, así como el capital de trabajo, indispensables para la actividad económica, las PYMES que operan a nivel nacional, generalmente apuestan por la innovación, no es común que desarrolle actividades a nivel industrial, la administración es empírica y se encuentra generalmente a cargo de los dueños, la mano de obra es directa, los bienes producidos generalmente son para el consumo nacional, en pocas ocasiones para el consumo internacional. (Ayala Cruz et al, 2018).

Ecuador es un país rico en recursos naturales y materias primas. industrializadas, la competitividad a nivel regional y mundial se ve limitada, por otra parte, los altos costos de producción encarecen los precios de los bienes terminados. Países como Chile, Perú y Colombia que son los vecinos más cercanos han tenido un desarrollo considerable en el marco competitivo de sus empresas, los costos de mano de obra y servicios básicos son determinantes para la producción, la dolarización en el Ecuador de alguna manera ha mitigado los altos índices de inflación debido a la devaluación de la moneda. Las empresas constituyen la base principal para el sistema económico de un país, cuando los recursos se encuentran gestionados de forma idónea se logra generar empleo sostenible para contribuir al desarrollo regional y nacional (CAF, 2019). Como se puede observar en la tabla 1.

Tabla 1 *Sectores económicos*

Sector económico 2016	N° empresas	Porcentaje
Servicios	342.488	40,59%
Comercio	308.956	36,62%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	87.926	10,42%

Industrias manufactureras	72.735	8,62%
Construcción	28.678	3,40%
Explotación de minas y canteras	2.962	0,35%
Total	843.745	100,00%

Nota: Tomado de SENPLADES. proceso de desconcentración del Ejecutivo en los niveles de planificación administrativa (2012)

Nueve son las Zonas, agrupadas en diferentes provincias, de acuerdo a la proximidad geográfica, cultura y economía, estas se encuentran constituidas por distritos y estos a su vez por circuitos, a partir del año 2008 se establecieron parámetros en las organizaciones del sector público para coordinar estratégicamente la gestión administrativa y el desarrollo de políticas para cada área de jurisdicción, (Senplades, 2012), la desconcentración del estado ha permitido que los niveles de gobierno seccionales logren tener autonomía mediante las provincias, cantones y parroquias, estos niveles de gobierno generan políticas internas y administran de acuerdo a la visión del sector (INEC, 2016).

Figura 1 *Prestación de servicios de calidad*



Nota: SENPLADES Proceso de desconcentración del Ejecutivo en los niveles administrativos de planificación (2012).

Es de hacer notar, que los objetivos específicos delineados en esta investigación se enfocan en una evaluación exhaustiva y aplicación de la metodología empleada en el análisis de la competitividad de las PYMES (Yuni, & Urbano., 2006):

En primer lugar, se busca evaluar la eficacia del modelo logístico de regresión Probit utilizado al aplicar la Prueba de Hosmer-Lemeshow. Este análisis permitirá determinar la capacidad del modelo para describir y predecir los niveles de competitividad observados en las PYMES (Bongers, Anelí; Torres, José Luis, 2020).

En segundo lugar, se llevará a cabo un análisis de evaluación y asociación con el propósito de identificar relaciones significativas entre las variables predictoras, que incluyen factores como el género del emprendedor, la instrucción del emprendedor, el motivo de creación de la empresa y la experiencia. previa en gestión de PYMES, y la variable de respuesta, es decir, la competitividad de las PYMES (Herrera Díaz., 2018).

En tercer lugar, se aplicará la Prueba Ómnibus para evaluar conjuntamente la importancia de los coeficientes de regresión en el modelo. Esta evaluación proporcionará conocimientos cruciales sobre si el conjunto de variables predictoras tiene un impacto estadísticamente significativo en la competitividad de las PYMES (Iñiguez Cadena, Rendón, Aguilar Ávila, & Salinas Cruz, 2017).

En cuarto lugar, se medirá la proporción de varianza explicada por el modelo Probit ajustado mediante los valores de R cuadrado de Cox y Snell, así como R cuadrado de Nagelkerke. Estos brindarán información crucial sobre la calidad de ajuste del modelo y su contribución en la explicación de las medidas variables de respuesta (Iñiguez Cadena, Rendón, Aguilar Ávila, & Salinas Cruz, 2017).

Por último, se llevará a cabo un análisis de regresión múltiple para identificar las variables predictoras que afectan significativamente la competitividad de las PYMES en la Zona 3 del Ecuador. Para evaluar la importancia de manera individual y conjunta, se aplicarán la Prueba de Wald y el índice de Wald (Iñiguez Cadena, Rendón, Aguilar Ávila, & Salinas Cruz, 2017).

Figura 2 Zonas del Ecuador



Nota: SENPLADES Proceso de desconcentración del Ejecutivo en los niveles administrativos de planificación (2012).

Zona 1: Esmeraldas, Imbabura, Carchi, Sucumbíos.

Zona 2: Pichincha (excepto el cantón Quito), Napo, Orellana.

Zona 3: Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Pastaza.

Zona 4: Manabí, Santo Domingo de los Tsáchilas.

Zona 5: Santa Elena, Guayas (excepto los cantones de Guayaquil, Samborondón y Durán), Bolívar, Los Ríos y Galápagos.

Zona 6: Cañar, Azuay, Morona Santiago.

Zona 7: El Oro, Loja, Zamora Chinchipe.

Zona 8: Cantones de Guayaquil, Samborondón y Durán.

Zona 9: Distrito Metropolitano de Quito.

Las actividades principales que realizan las PYMES del Ecuador se pueden apreciar en la Tabla 2, según la información obtenida Es responsabilidad de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) coordinar y concertar la implementación efectiva de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (Senplades, 2012).

Tabla 2 Estructura de las empresas por actividad

Suministro electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	0,2%
Distribución de agua; alcantarillado, desechos y saneamiento	0,2%
Administración pública y defensa, seguridad social	0,2%
Explotación de minas s y canteras	0,2%
Actividades financieras y de seguros	0,3%
Artes, entretenimiento y recreación	0,7%
Información y comunicación	0,9%
Actividades de atención a la salud humana y asistencia social	2,1%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	2,2%
Actividades inmobiliarias	2,3%
Enseñanza	2,7%
Construcción	3,4%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	6,6%
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	7,2%
Otras actividades de servicios	7,8%
industrias manufactureras	8,3%
Transporte y almacenamiento	9,4%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	10,4%
Comercio, reparación automotores y motocicletas	34,9%

Fuente: Secretaría Nacional de Planificación, Publicaciones de Inversión Pública (2018).

Las provincias de Pastaza, Chimborazo, Cotopaxi y Tungurahua conforman la Zona 3; esta última es considerada como la más grande del país ya que representa alrededor del 18% del

territorio nacional y se caracteriza por la concentración de la actividad económica centrada en la agricultura, la manufactura y la construcción. y el comercio. Como tal, sirve como un importante conducto para el comercio transfronterizo (Ecuadorencifras, 2012).

Figura 3 Mapa del Ecuador de las provincias de la Zona 3



Nota: Secretaría Nacional de Planificación, Publicaciones de Inversión Pública (2014)

El presente estudio ha sido propuesto para la Zona 3 del Ecuador, de acuerdo con lo que indica el INEC (2016) se encuentra integrada por las provincias de Cotopaxi, Chimborazo, Pastaza y Tungurahua que es la más extensa del país, con un área de 44.899 km², que equivale al 18% del territorio ecuatoriano, en la figura 2 y 3 se pueden evidenciar la presencia de los sectores económicos de acuerdo con cada Zona (INEC, 2016).

Ubicación. - La Zona 3 geográficamente se encuentra ubicada en el centro de la sierra y amazonia ecuatoriana, su localización corresponde entre los 0o 19'40'' y 2o 35'' 50'' de latitud sur y 79o 19'50'' y 75o 33' 30'' de longitud oeste (Bravo, 2017).

Límites. La Zona 3 limita al norte con las provincias de Pichincha, Napo y Orellana, que están en la Zona 2 de planificación, al sur con las provincias de Morona Santiago y Cañar, que están en la Zona de planificación 6, al este con el país de Perú, y al oeste con Santo Domingo de los Tsáchilas, que está en la Zona de planificación 4, y Los Ríos (Bravo, 2017).

Los siguientes cantos son los que pertenecen.

Cotopaxi: Latacunga, La Maná, Pangua, Saquisilí, Pujilí, Sigchos, Salcedo (Bravo, 2017).

Chimborazo: Riobamba, Chambo, Alausí, Chunchi, Cumandá, Pallatanga, Colta, Guamote, Guano, Penipe (Bravo, 2017).

Pastaza: Arajuno, Mera, Santa Clara, Puyo.

Tungurahua: Ambato, Baños de Agua. Pelileo, Píllaro, Mocha, Cevallos, Quero, Patate y Tisaleo (Bravo, 2017).

Debido a las actividades comerciales de las PYMES se han convertido en una fuente de empleo, ya que el 13% de la población económicamente activa de la Zona 3 de Ecuador está empleada en actividades comerciales y aporta el 13% del producto interior de la región. El estudio pretende definir las dimensiones y los factores que un empresario debe considerar ante esta situación y las evidentes cuestiones relacionadas con la ausencia de. Los empresarios o dueños de las PYMES comerciales deben considerar analizar detalladamente las ocho dimensiones al efectuar la toma de decisiones (Vargas, Gautama , 2022), un aspecto nuevo en las PYMES es considerar la logística integral dentro de sus operaciones en donde se integra el marketing con el análisis de las 4 p: producto, precio, plaza y promoción (Manzano, Mancheno, & Gamboa, 2018).

A continuación, en la tabla 3, se puede observar la composición de la actividad económica en las empresas de la Zona 3 del país,

Tabla 3 *Composición de la actividad económica de la Zona 3*

PROVINCIA	TOTAL			NO PETROLERO		
	PRODUCCIÓN	CONSUMO INMEDIATO	VALOR AGREGADO BRUTO	PRODUCCIÓN	CONSUMO INTERMEDIO	VALOR AGREGADO BRUTO
Cotopaxi	1.691.734,20	708.775,30	982.958,90	1.691.734,00	708.775,00	982.959,00
Chimborazo	1.614.876,80	671.845,50	943.030,80	1.614.876,20	671.845,50	943.030,70
Pastaza	955.302,80	326.714,40	628.588,40	306.953,70	117.742,90	189.210,70
Tungurahua	2.952.794,20	1.420.414,30	1.532.379	2.952.794,20	1.420.414,30	1.532.379,30
Total Zona	7.214.708,00	3.127.749,50	4.086.958,00	6.566.358,10	2.918.777,70	3.647.579,70

Nota: Tomado de INEC (2012).

Dentro de las provincias que agrupan la Zona 3, Tungurahua se destaca por el tener el mayor volumen de producción y también en consumo inmediato, dispone de un valor agregado bruto muy superior a las demás provincias que conforman esta Zona.

No obstante, en Ecuador, sobre las PYMES recaen factores como la incertidumbre del panorama económico, que podrían empañar su desempeño, por lo que se requiere la unificación de los sectores público, privado y académico para contrarrestarlo.

1.2 Análisis de la problemática.

Un problema latente al que se enfrentan las PYMES es la falta de liquidez (Navarrete Marneou, & Sansores Guerrero, 2018), lo que puede llevar a la quiebra, ya que no pueden solventar sus gastos de operación y administración, esto se debe a los pagos tardíos por parte de las grandes empresas que superan los 90 días después de haber realizado sus compras. Otro de los obstáculos para las PYMES es el financiamiento limitado y las altas tasas de intereses que deben cancelar. Pero a pesar de todo el esfuerzo de la banca pública y privada, por colocar créditos hacia este tipo de empresas, no han sido canalizados de la mejor manera, la gestión y los procesos burocráticos han dificultado este apoyo financiero. Otro factor que afecta a las PYMES es el alto costo de producción, y esto complica la supervivencia, ya que el volumen de ventas a nivel interno es muy pequeño (Álvarez & Duran Lima., 2009).

El restringido acceso a los mercados de capitales reales se traduce en un menor potencial de inversión. Todo esto sugiere que las PYMES suelen depender exclusivamente del crédito bancario para la financiación externa, lo que agrava sus problemas estructurales, ya que la rentabilidad incluye una prima de riesgo que varía inversamente con el volumen de negocio y, en consecuencia, acorta su vida empresarial (Garabiza Castro, Plúas Zambrano, & Rojas Zavala, 2019).

Se destacan las restricciones organizativas, administrativas y contables, las limitaciones en la planificación estratégica, la gestión empresarial, el control de calidad, la capacitación, el uso efectivo de la tecnología y el impedimento al crecimiento de la economía, y en él el documento (Instrumentos de financiamiento para las micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina y el Caribe), se refiere a las obvias condiciones de las finanzas, debido a las instituciones de crédito, la brecha financiera para las PYMES 5,2 veces la oferta actual, en promedio, el 42% de las empresas obtienen crédito, ya sea para inversión ó capital de trabajo. (Herrera, 2020).

A los rasgos distintivos anteriormente mencionados, se suma una estructura de propiedad muy débil y una aversión generalizada a que otras partes tomen el control de su negocio. Para que estas empresas puedan acceder a nuevos proyectos de inversión y perseguir el crecimiento, la autofinanciación se ha establecido como la principal fuente de preocupación para las PYMES (Mario Patricio Padilla Martínez, 2018).

Todos estos problemas a los que se enfrentan las pequeñas y medianas empresas hacen convincente la propuesta al enfatizar que el mecanismo de incentivos debe estar claramente definido para la inversión de las empresas con mayores restricciones financieras, los cuales son una de las opciones más asequibles para hacer frente a los inconvenientes fiscales, además de reservas específicas para inversiones.

1.3 Formulación del Problema

Para la formulación del problema se ha planteado la siguiente pregunta de investigación ¿Cuál es la incidencia de los factores determinantes del crecimiento empresarial de las PYMES de la Zona 3 del Ecuador? (Herrera Díaz., 2018).

1.4 Preguntas directrices.

Es necesario realizar preguntas dirigidas con el objetivo de identificar los factores que influyen en el crecimiento comercial de las PYMES en la Zona 3 de Ecuador para realizar un análisis adecuado del tema planteado (Malhotra, 2008).

- ¿Cuáles son los factores determinantes del crecimiento de las PYMES de la Zona 3 del Ecuador?
- ¿Cómo inciden los factores determinantes en el crecimiento de las PYMES de la Zona 3 del Ecuador?
- ¿Qué factores determinantes del crecimiento de la Zona 3 del Ecuador, son los que más influyen? (Villalba Villafuerte & Villacís Olovache, 2018).

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General.

Establecer los factores determinantes del crecimiento empresarial en base al análisis de las PYMES de la Zona 3 del Ecuador.

1.5.2 Objetivos Específicos.

1. Evaluar la eficiencia y el ajuste del modelo logístico de regresión Probit mediante la aplicación de la Prueba de Hosmer-Lemeshow, para determinar la capacidad del modelo para describir y predecir los niveles de competitividad de las PYMES.

2. Aplicar el análisis de correlación y asociación para identificar las relaciones significativas entre las variables predictoras, tales como género del emprendedor, instrucción del emprendedor, motivo de creación de la empresa, experiencia previa en gestión de PYME, etc., y la variable de respuesta (competitividad de las PYMES).
3. Utilizar la Prueba Ómnibus para evaluar conjuntamente la significancia de los coeficientes de regresión en el modelo, lo que permitirá determinar si el conjunto de variables predictoras tiene un impacto estadísticamente significativo en la competitividad de las PYMES.
4. Calcular los R cuadrado de Cox y Snell y el R cuadrado de Nagelkerke para medir la proporción de varianza explicada por el modelo Probit ajustado, lo que proporcionará información sobre qué tan bien el modelo se ajusta a los datos y contribuye a la explicación de la variable de respuesta.
5. Realizar un análisis de regresión múltiple para identificar las variables predictoras significativas que afectan la competitividad de las PYMES en la Zona 3 del Ecuador, utilizando la Prueba de Wald y el índice de Wald para evaluar la importancia individual y conjunta de las variables en el modelo.

CAPITULO II

1. ESTADO DEL ARTE

2.1 La Empresa.

Para los efectos de la legislación laboral y de seguridad social, se entiende por empresa toda organización de medios personales, materiales e inmateriales, ordenados bajo una dirección, para el logro de fines económicos, sociales, culturales o beneficios, dotada de una individualidad legal determinada (Mero Vélez,, 2018).

Cabe señalar que lo que significaba hasta ahora el contrato tradicional empresa-sociedad se basaba en una visión casi exclusiva del crecimiento económico como base del progreso tanto privado como público. Como resultado, se desprende del pensamiento económico que "las empresas buscan beneficios, lo que implica que la generación de ingresos es su principal prioridad" Efectivamente, la obtención de beneficios económicos mediante la producción de bienes y servicios es la misión básica de estas organizaciones. Es así como las compañías contribuirán a la sociedad mediante esta responsabilidad pública de generar riqueza (Jiménez Sánchez, 2015).

La organización conocida como empresa coordina los diversos factores de productividad, recursos financieros, materias primas, fuerza de trabajo y capital a través de los cuales puede cumplir sus objetivos. En los últimos años han surgido numerosas propuestas teóricas que tratan de explicar los procesos organizativos, el desarrollo y las diversas transformaciones que experimentan las empresas. En estos procesos de coordinación y adaptación, incide un factor clave para las organizaciones, el cual hace referencia a su personalidad. (Córdoba Tovar, Pérez Acosta, & Rodríguez del Castillo, 2016).

Tabla 4 *Componentes de la empresa*

Elementos Humanos	Elementos materiales	Entorno	Elementos inmateriales
Dueños	Capital no corriente	General	Organización
Directivos Trabajadores	Capital corriente	Específico	Cultura
			Imagen

Nota: Tomado de Ecofinados (Barreto Becerra & Mejía, 2020)

2.1.1 Emprendimiento.

Desde este punto de vista, los empresarios se consideran el motor que impulsa el crecimiento económico de una nación. Éstos fomentan la innovación y el cambio, así como un aumento de la rivalidad y la competencia empresarial, que se refleja en el desarrollo. Aunque la influencia que podría existir en varios países bajo las mismas circunstancias sería diferente.

Los administradores identifican oportunidades de mercado desde el punto de vista económico y tienen un impacto en factores macroeconómicos como el PIB y el empleo, entre otros. El objetivo principal de las investigaciones que se derivan de las ciencias económicas es dar respuesta a la pregunta: "¿Lleva la empresa al crecimiento económico?" Se han hecho varios planteamientos al respecto. El aporte de la teoría del crecimiento endógeno de Paúl Romero es una de ellas, y resalta la importancia del emprendimiento como aquel factor generador del *spillover* de conocimiento que produce un crecimiento económico, está en la competencia de las ciencias económicas. (Pico, Del Rio, Trujillo, & Rodriguez, 2017).

El significado del término "empresario" se ha visto distorsionado por el lenguaje coloquial y, sobre todo, por la fuerza imparable de la economía desde finales del siglo XIX, lo que le ha llevado a adoptar una perspectiva abiertamente económica. Es necesario definir la mentalidad de un empresario como algo distinto a estar preocupado únicamente por la economía y por crear nuevas empresas. El espíritu emprendedor es una forma de pensar, razonar y actuar que busca satisfacer las necesidades, destaca las oportunidades, evalúa el riesgo, se adapta al cambio y a la colaboración multidisciplinar y adopta una perspectiva amplia de las situaciones. Es alguien que desarrolla algo único y valioso que va más allá de las consideraciones económicas y tiene el potencial de beneficiar tanto al individuo como a la sociedad en su conjunto.

Por ello, se aconseja que sea activo en muchas profesiones no sólo en las ciencias empresariales y que ejerza al mismo tiempo un liderazgo ético. Para afrontar los retos educativos de las próximas décadas y garantizar su adecuada inclusión en las aulas, la ampliación del significado de la empresa se presenta como una tarea crítica. Al mismo tiempo, esta tarea es crucial para que la empresa pueda establecerse como disciplina científica y como herramienta de enseñanza, ya que requiere que se definan claramente los límites de su tema de investigación y el ámbito de la realidad en el que se basan sus trabajos. (Azqueta Díaz de Alda, El concepto de emprendedor: origen, evolución, 2017).

2.1.2 Empresario.

Por lo tanto, se entiende que un emprendedor (también conocido como "entrepreneur" en inglés) es una persona que tiene el empuje, el dinamismo y la flexibilidad para resolver problemas, además de ser ambicioso y curioso. Estas características y tácticas provienen de la palabra latina quaero, que significa "buscar". La teoría moderna del empresario está principalmente interesada en estudiar la característica primaria del empresario: la búsqueda de, o descubrimiento de, nuevo conocimiento. (Wilfrido de Jesús Primo Tapia, 2016).

Numerosos estudios relacionan los antecedentes del empresario latinoamericano con el contexto histórico y cultural que se transmitió tras la conquista. En el caso del perfil del empresario actualmente se habla de "mentalidad empresarial", sin embargo, es en muchas ocasiones peyorativo; cualquiera que sea el nombre es un hecho que resulta urgente modificarlo para generar cambios profundos en la actitud frente al reto que representa para el sector empresarial de la región, los mercados internacionales y por el bien de las propias economías. (Gil Gaytán, 2017). Los factores actuales incluyen la capacidad de innovar, desarrollar nuevos productos y adaptarlos rápidamente a los cambios del mercado; la capacidad de desarrollar un aparato productivo flexible, eficiente y competitivo; una mano de obra altamente productiva; y empresarios innovadores, agresivos y dispuestos a desarrollar nuevos productos, captar cuotas de mercado y conservar nichos gracias a su agilidad para responder a los cambios de los patrones en el mercado. Las PYMES latinoamericanas se enfrentan a un formidable reto empresarial internacional, pero deben superarlo para sobrevivir.

La riqueza y la vitalidad de una economía son producto de la competitividad que muestran sus empresas, en la que influye mucho la capacidad de los empresarios. El empresario tiene la capacidad de reconocer o crear oportunidades, muchas de las cuales son llevadas a cabo por las pequeñas, medianas y microempresas en el desarrollo de nuevos bienes, servicios y procesos de producción, nuevas estructuras organizativas y técnicas de gestión, y la entrada en nuevos mercados de productos. Esto hace que el emprendimiento se convierta en una gran fuerza económica, donde las personas encuentran oportunidades donde otros solo ven problemas, esta es la razón por la que el espíritu empresarial se ha convertido en el símbolo de la tenacidad y el logro empresarial, y se constituye en una fuente vital de cambio en todas las facetas en las que se encuentra inmersa la sociedad (Borja, Carvajal, & Vite, 2020).

2.1.3 Clases de empresas.

En la legislación ecuatoriana se puede encontrar observaciones sobre PYMES en los artículos 53 y 56 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, que hablan de las definiciones y del registro único de las PYMES, en cuanto a su clasificación se expide el reglamento que las ubica en función de dos indicadores que se muestran en la siguiente tabla. (Eduardo & Alexandra, 2017)..

Tabla 5 *Clasificación PYMES en Ecuador.*

Clasificación	Trabajadores	Ventas anuales (USD)
Microempresa	1-9	Iguals o menores a 100,000
Pequeña empresa	10-49	Entre 100,001 a 1'000,000
Mediana Empresa	50-199	Entre 1'000,000 y 5'000,000

Nota: Tomado de Rafael Edmundo Ron y Viviana Sacoto (2017).

Por otro lado, el Ministerio de Industria y Productividad de Ecuador (MIPRO) (2011), tiene como referencia la siguiente clasificación de la micro, pequeña y mediana empresa, y clasifica a las PYMES tomando en cuenta tres variables como: la cantidad de empleados, valor de las ventas y los activos totales como se puede visualizar en la tabla N. 6 (Chávez, Campuzano, & Betancourt, 2018).

Tabla 6 *Clasificación PYMES según MIPRO*

Total Empresas	Cantidad de Empleados	Ventas	Activos totales (USD)
Microempresa	Menor a 10	Menores a 100,000	Menores a 100,000
Pequeña empresa	Entre 11 y 49	Entre 100,001 a 1'000,000	Entre 100,00 y 700,000
Mediana Empresa	Entre 50 y 199	Entre 1'000,000 y 5'000,000	Entre 7'001,000 y 4'000,000

Nota: Tomado de Rafael Edmundo Ron y Viviana Sacoto (2017).

La Superintendencia de Compañías del Ecuador, mediante resolución N°. SC.Q.ICI.CPAIRFS.11.01 del 2011, la que, en su artículo primero, resuelve para efectos del registro y preparación de los estados financieros, que se considere la normativa impuesta por la Comunidad Andina en su resolución 1260 y la legislación vigente, para lo cual se

establecen la siguiente clasificación donde se toma en cuenta dos variables, el de personal ocupado y el valor bruto de las ventas (Chávez, Campuzano, & Betancourt, 2018).

Tabla 7 *Clasificación Superintendencia de Compañías*

VARIABLES	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	GRANDE
Personal ocupado	1-9	10-49	50 a 199	Más de 200
Valor bruto de las ventas	Menor a 100,000 (USD)	De 100,001 a 1'000,000	De 1'000,000 a 5'000,000	más de 5'000,000
Monto de Activos	Hasta 100,000 (USD)	Hasta 750,000	De 750,001 hasta 3'999,999	más de 4'000,000 USD

Nota: Tomado de (Ecuadorencifras, 2012)

El Servicio de Rentas Internas de Ecuador (2015), reconoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que, de acuerdo con su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de las pequeñas y medianas empresas que se han desarrollado en nuestra nación suelen dedicarse a diversas actividades económicas, entre las que destacan las siguientes:

- Negocios a mayor y menor precio.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento y comunicaciones.
- Servicios y bienes internos prestados a las empresas.
- Servicios comunitarios, sociales y personales.

En el documento Panorama Laboral y Empresarial de Ecuador 2009-2013, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos propone cinco categorías de empresas: microempresas, pequeñas, medianas A, medianas B y grandes.

Por esta razón, se utilizan las ventas anuales en millones de dólares como referencia para esta clasificación. Además, se incluyen las empresas pequeñas, microempresas y emergentes con ventas de hasta 100.000 dólares. este tipo de entidades económicas.

Para ello, toma como referentes para esta clasificación las ventas anuales en miles dólares, también se considera como microempresa aquellas que tienen ventas hasta 100.000 dólares, pequeñas si las ventas varían entre 100.001 y 1'000.000, dólares, medianas A entre 1'000.001 y 2'000.000, dólares, medianas B entre 2'000.001 y 5'000.000 dólares y finalmente grandes cuyas ventas superan los 5'0000.000. dólares (Chávez Cruz, Campuzano Vásquez, & Betancourt Gonzaga, 2018).

Tabla 8 *Clasificación de las empresas por volumen de ventas*

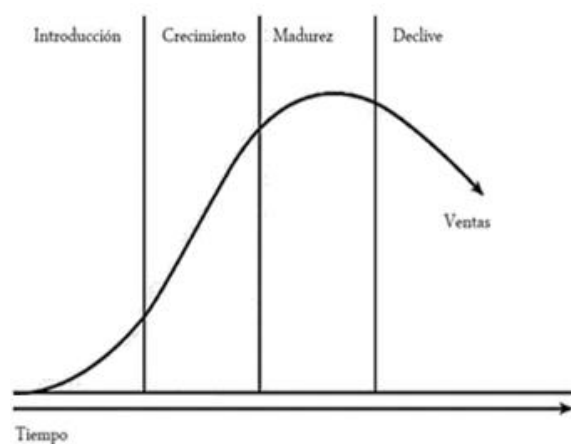
TAMAÑO	VENTAS
MICROEMPRESAS	0- 100,000
PEQUEÑAS	100,001 -1'000,000
MEDIANAS A	1'000,001-2'000,000
MEDIANAS B	2'000,001-5'000,000
GRANDES	MAYOR A 5'000,000

Nota: Tomado del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2009).

2.1.4 Ciclo de vida de las empresas.

Actualmente es posible comunicarse favorablemente con clientes, proveedores y competidores mediante herramientas que permiten rentabilizar el aumento de las ventas y el control de costos y gastos. Esto admite evaluar el potencial de una organización en relación con sus objetivos establecidos. El propósito de analizar el ciclo de vida de las empresas es buscar identificar los puntos fuertes y débiles que inciden en su éxito o fracaso y como estas experiencias pueden abonar recomendaciones para mejorar la gestión del ciclo de vida. (Murillo Gómez, Tenorio, & Rivadeneir, 2020).

Figura 4 *Ciclo de vida de la empresa.*



Nota: Tomado de (Murillo Gómez, Tenorio, & Rivadeneir, 2020)

Recientes estudios afirman que el crecimiento empresarial implica un proceso mediante el cual la empresa se adapta a los cambios que surgen, ya sean por distintas variables del entorno o por contextos que han sido generados por decisiones de sus directivos. Asimismo, se destaca que los principales factores determinantes del crecimiento empresarial son: las características personales del propietario, los recursos, la estrategia del negocio, la estructura, los sistemas organizativos y de gestión, la localización geográfica, el contexto sectorial, etc. (Seclen Luna & López Valladares. , 2020) De acuerdo con la Figura 4 en cada una de las fases se explica el ciclo de vida empresarial.

a) Introducción El principal factor disuasorio para iniciar un nuevo negocio o entrar en un nuevo sector es la incertidumbre. Esta barrera se supera cuando el empresario piensa que tiene un concepto único o un conocimiento que le permitirá obtener un beneficio al menos igual que el del mercado, a pesar de los nuevos riesgos y las posibilidades de fracaso. En las etapas iniciales, la penetración en el mercado es baja, faltan clientes establecidos y economías de escala, y hay un vacío de conocimiento en cuanto a ingresos y gastos. Por lo tanto, la empresa exhibe flujos de efectivo por las actividades operativas negativos. (Domingo, Sattl, & Orlando, 2017).

b) Crecimiento

Esta etapa es caracterizada por un rápido y acelerado crecimiento de las ventas, y un alto nivel de inversiones en vista de aprovechar las oportunidades rentables. Las ventajas que proporcionan las inversiones sobre los rivales hacen que se realicen mayores esfuerzos para diferenciarse de los competidores y aumentar la cuota de mercado. El margen de ganancias es maximizado en la etapa de mayor inversión que lleva a que los flujos de efectivo de las actividades operativas sean positivos en la etapa de crecimiento. (Domingo, Sattl, & Orlando, 2017).

c) Madurez

Una de las principales características de la etapa de madurez es la disminución de las oportunidades de inversión. (Terreno, Dante , Sattle, & Pérez, 2017) se pierde el énfasis en el crecimiento. La rentabilidad en esta etapa es mayor que la habitual, lo que atrae a otras empresas e intensifica la competencia. Por lo tanto, se hace hincapié en la reducción de costos mediante el uso de la capacidad instalada (economía de escala) y una producción más eficiente. El aumento de la eficiencia, combinado con

el incremento del margen de beneficios, da lugar a unos índices de actividad operativa positivos. La actividad inversora disminuye, pero continúan las inversiones para el mantenimiento del capital.

d) Declinación.

La rentabilidad en esta etapa es mayor que la habitual, lo que atrae a otras empresas e intensifica la competencia. Por lo tanto, se hace hincapié en la reducción de costos mediante el uso de la capacidad instalada (economía de escala) y una producción más eficiente. El aumento de la eficiencia, combinado con el incremento del margen de beneficios, da lugar a unos índices de actividad operativa positivos. La actividad inversora disminuye, pero continúan las inversiones para el mantenimiento del capital. Las empresas pueden focalizarse en el pago de la deuda o en su renegociación. (Domingo, Sattl, & Orlando, 2017).

2.2 Las pequeñas y medianas empresas.

Es posible argumentar que no existe una definición o comprensión precisa de las PYMES porque los factores de estas pequeñas y medianas empresas pueden cambiar en función del país en el que operan. Por ejemplo, una PYMES puede ser grande para una nación cuya economía es pequeña en comparación con la economía mundial, mientras que puede ser pequeña para otra nación con una economía considerable.

En teoría, una organización está formada por un grupo de individuos que trabajan juntos para lograr un objetivo común. Una forma de pensar en ella es como un grupo de ciudadanos que coordinan sus esfuerzos para conseguir un beneficio económico. La empresa se distingue de cualquier otra institución social que persiga o tenga ánimo de lucro. Para ello, se incluyen las tecnologías mencionadas anteriormente, el capital intangible y la relación con los mercados. También están formadas por individuos con diversos antecedentes culturales y psicológicos. (Olmedo Navas, 2018).

2.2.1 Iniciación de las PYMES en Ecuador.

Las PYMES están consideradas como el sector más productivo de la economía de un país por el impacto que tienen tanto en los países en desarrollo como en los desarrollados. Esto se refleja en el PIB con una tasa superior al 25% y, al mismo tiempo, es una fuente de empleo

para el 70% de la población económicamente activa del país (PEA). En Ecuador el 39% de los empleos son generados por microempresas, mientras que el 17% corresponden a las pequeñas y el 14% a las medianas (Ron, 2017).

Entre 1950 y 1960, en el entorno socioeconómico de Ecuador, las PYMES surgieron en la época de la revolución industria en la producción y comercialización de textiles, alimentos, madera, minerales y publicaciones. Sin embargo, es fundamental tener en cuenta el crecimiento de las PYMES desde que Ecuador se convirtió en una república independiente. (Ron Amores & Sacoto Castillo, Las PYMES ecuatorianas: su impacto en el empleo como contribución del PIB PYMES al PIB total, 2017).

Las PYMES se constituyen como organizaciones económicas de gran importancia, ya que para ello no necesita de un capital considerable, ni tampoco de administraciones complejas, tienen gran flexibilidad para adaptarse al mercado y a los cambios del entorno. En general, las PYMES ya en organizaciones generan grandes movimientos económicos en el área corporativa.

Por esta razón es indispensable plantear políticas económicas para afrontar el proceso de generación de desarrollo y la inmersión en el mercado global para cumplir ciertas necesidades estructurales que ayudara con reducir el riesgo financiero y salvaguardar los recursos y de esta manera ser competitivos, y cumplir con los lineamientos de la matriz productiva.

Entre la Unión Europea y América Latina se han definido distintas e importantes definiciones sobre las PYMES, ya que se analizan múltiples ítems como las ventas, empleo, activos. Estas diferencias se hacen importantes cuando se realiza el comparativo del desempeño de cada una y el cumplimiento del objeto social.

La clasificación de las PYMES en América latina tiene diferente conceptualización, por citar, Brasil define como mediana empresa industria a la que tiene una ocupación de 500 trabajadores, la Unión Europea, lo clasifican en esta categoría hasta un total de 250 trabajadores, a diferencia que en Ecuador y Uruguay el límite establecido es de 100 trabajadores. Para la situación de las ventas la situación se torna un poco más compleja, para la pequeña empresa en la Unión Europea el límite establecido es de 14 millones de dólares, en la república de Chile, Perú y Ecuador, su límite es de 1 millón de dólares y en Uruguay

el valor de 180 mil dólares y también la diferencia es muy notoria en la mediana empresa que en algunos casos son de 14 veces entre la Unión Europea y América latina, y se demuestra así, realidades diferentes en ciertos países dentro de la actividad económica (Álvarez & Duran Lima, 2009).

Según la Junta de Normas Internacionales de Contabilidad, el término "pequeñas y medianas entidades" se define y explica en la sección 1. (IASB). Muchos países de todo el mundo han desarrollado sus propias definiciones de PYMES para una amplia gama de propósitos, como el establecimiento y la información financiera. Estas definiciones nacionales o regionales suelen incluir criterios que pueden calcularse en función de los ingresos procedentes de actividades cotidianas, personas, puestos de trabajo u otros factores (Villegas Gómez, 2016).

En cuanto a las PYMES, las ciudades ecuatorianas están creciendo y desarrollándose rápidamente. Sin embargo, estas ciudades deben competir con las grandes empresas con fuerte influencia económica de las grandes ciudades. Estas empresas se distinguen por sus altos niveles de productividad, que logran implementando adecuadamente la gestión de operaciones en sus procesos. Esto pone en desventaja a las ciudades más pequeñas.

2.2.2 Las principales características de las PYMES.

Según la Junta de Normas Internacionales de Contabilidad, el término "pequeñas y medianas entidades" se define y explica en la sección 1. (IASB). Muchos países de todo el mundo han desarrollado sus propias definiciones de PYMES para una amplia gama de propósitos, como el establecimiento y la información financiera. Estas definiciones nacionales o regionales suelen incluir criterios que pueden calcularse en función de los ingresos procedentes de actividades cotidianas, personas, puestos de trabajo u otros factores de las grandes empresas.

Diversos enfoques han tratado de definir el segmento de las PYMES, que suele ser heterogéneo, caracterizado por una alta volatilidad, con continuos surgimientos y disoluciones de empresas, lo que, por otra parte, confiere un alto grado de dinamismo a la economía.

Tabla 9 Cuadro comparativo de ocupación de las PYMES

**COMPARACIÓN DE DEFINICIONES DE MIPYMES EN UNIÓN EUROPEA Y PAÍSES LATINOAMERICANOS
SEGÚN LÍMITES DE OCUPACIÓN, VENTAS Y ACTIVOS
LÍMITES DE OCUPACIÓN (Personal ocupados por empresa)**

	UE	ARGENTINA	BRASIL	CHILE	ECUADOR	MÉXICO	PERÚ	URUGUAY
PYME	10-250	Industria 10-200 Comercio y servicio 5-100	Industria 20-200 Comercio y servicios 10-100	10-200	10-100	Industria: 10-50 Comercio y servicios 10-100	10-250	5-100
MEDIANA	Hasta 250		Industria hasta 500 Comercio y servicio hasta 100	Hasta 200	Hasta 100	Industria hasta 250 Comercio y servicio hasta 100	Hasta 250	Hasta 100
PEQUEÑA	Menor a 50		Industria menor a 100 Comercio y servicio menor a 50	Menor a 50	Menor a 50	Industria menor a 50 Comercio y servicio menor a 30	Menor a 50	Menor a 20
MICRO	Menor a 10	Menor a 5	Industria menor a 20 Comercio y servicio menor a 10 Sector informal: <u>Menor o igual a 5</u>	Menor a 10	Menor a 10	Menor a 10	Menor a 10	Menor a 5

Nota: Tomado de Europe Aid, Organización Internacional del trabajo (2009).

Tabla 10 Cuadro comparativo de ventas de las PYMES

LIMITES DE VENTAS (Expresado en miles de USD dólares anuales por empresa)							
	UE (1)	ARGENTINA (2)	CHILE (3)	ECUADOR	MÉXICO	PERÚ (4)	URUGUAY
PYME	2800 -70000	Industria: 329 – 15780 Comercio: 486 -23354 Servicios: 5902	95- 3975	100 - 5000	Industria: 500- 24000 Comercio: 1000- 48000 Servicios: 250- 12000	178 – 13794	60 – 5000
MEDIANA	70000	Industria: 15780 Comercio: 23354 Servicio: 5902	Hasta 3,975	Hasta 50000		Hasta 13794	Hasta 5000
PEQUEÑA	14000	Industria: 1973 Comercio: 2919 Servicio: 885	Menor a 934	Menor a 1000		Menor a 1000	Menor a 180
MICRO	2800	Industria: 329 Comercio: 486 Servicio: 123	Menor a 95	Menor a 100	Industria menor a 500 Comercio menor a 1000 Servicios: menor a 250	Menor a 178	Menor a 60

(1) UE: Es una estimación de dólares de límites establecidos en euros para la empresa mediana de 50, millones, pequeña de 10, millones y para la microempresa de 2 millones

(2) Argentina: estimación en dólares para límites establecidos en dólares argentinos

(3) Chile: es una estimación de dólares para límites establecidos en unidades de fomento (UF) de 100,000; 25,000 y 2,400 para mediana, pequeña y microempresa respectivamente

(4) Perú: Es una estimación en dólares de límites establecidos en UIT

Nota: Tomado de Europe Aid Organización Internacional del trabajo (2009).

Tabla 11 Cuadro comparativo de activos de las PYMES

LIMITE DE ACTIVOS (miles de dólares por empresa)			
	UE	ECUADOR	URUGUAY
PYME	2,800 - 60,000	20 - 4,000	30- 350
Mediana	Menor a 60,000	Hasta 4,000	Hasta 350
Pequeña	Menor a 14,000	Menor a 750	Menor a 50
Micro	Menor a 2,800	Menor a 20	Menor a 20

Nota: Europe Aid Organización Internacional del trabajo (2009).

2.2.3 La planificación, los sistemas de control de gestión y el rendimiento de las PYMES.

El uso de una serie de procesos para desarrollar estrategias que ayuden a la dirección de la organización a alcanzar sus metas y objetivos se conoce como planificación estratégica, con una explicación detallada de los pasos que componen cualquier proceso de planificación estratégica. En general, existen cinco etapas principales: establecimiento de metas, análisis de situación, prueba de alternativas, implementación y evaluación. (García Guiliány, Durán, & Cardoño Pórtela, 2017).

Además, el proceso de planificación debe ser adaptable para aprovechar las oportunidades y amenazas, disminuir la incertidumbre y una herramienta para integrar la organización y el mecanismo de control. Estas características justifican la respuesta, especialmente cuando el mercado es muy volátil.

Algunas empresas están formalizando su estructura organizativa, mientras que otras lo hacen sin utilizar documentos legales básicos, reuniones o acuerdos más estructurados y estandarizados. El hecho de que las empresas más grandes lleven a cabo procesos de planificación más formales que las pequeñas puede deberse a la falta de recursos de estas últimas, que en gran parte necesitan procesos de planificación formales.

Reforzar la misión y la visión de la empresa tiene un impacto positivo en su rendimiento. Numerosas encuestas muestran que el uso del plan es muy ventajoso para la empresa, tiene una relación muy clara con el rendimiento y puede ser un papel crucial en la supervivencia de la empresa.

Sobre la base de esto, es posible afirmar que las pequeñas, medianas y microempresas necesitan cada vez más el establecimiento de mecanismos de supervisión. para la dirección hacer lo correcto en su decisión. La fuerte competencia actual conduce al proceso de

globalización del mercado y el cambio tecnológico es el motor de las MIPYMES crezca en su sistema organizativo control de manejo. En este contexto, Se facilita la toma de decisiones y se mejora el rendimiento de las PYMES gracias a la contabilidad de costos, la planificación financiera y el diagnóstico económico-financiero.

2.2.4 La gestión de la calidad y el rendimiento.

Existe mucha literatura que coincide en que las buenas habilidades son esenciales para el éxito y la competitividad de una empresa. En particular, la gestión de la calidad permite a una empresa utilizar sus recursos de forma más eficaz para reforzar su posición en el mercado. Sin embargo, son muy pocas las PYMES que disponen de herramientas de gestión de la calidad, ya que para ello es necesario conjugar varias competencias que, en algunos casos, se carece de ellas por falta de experiencia.

En cuanto a la certificación de calidad, las empresas la consideran un componente crucial de su viabilidad en el mercado y esperan que les ayude a mejorar sus sistemas de gestión. En particular, este desempeño aumenta aún más cuando existe una motivación interna de los empleados y gerentes de la empresa. (Cuatrecasas, 2017).

2.2.5 La tecnología y el rendimiento.

En cuanto a la certificación de calidad, las empresas la consideran un componente crucial de su viabilidad en el mercado y esperan que les ayude a mejorar sus sistemas de gestión. Sin embargo, cuando los gerentes sienten que no pueden explotar los beneficios de las innovaciones debido a las condiciones de bajo propietario, no se promueven si no es necesario, así como la asignación de recursos en el desarrollo de nuevas ideas y nuevos productos. (Escorsa Castells, & Valls Pasola, 2004)-

Por esta razón, es importante destacar las capacidades de innovación tecnológica (como el aprendizaje, la asignación de recursos y las capacidades de producción), así como una serie de capacidades de innovación específicas empresarial (cambiar nuevas administrativas, prácticas de gestión y estructura organizativa) tienen una correlación positiva con la organización rendimiento. Además, este lugar enfatiza que la innovación tecnológica es una fuente de crecimiento significativa y un factor determina la ventaja competitiva para las empresas.

Para lograr la innovación, es necesario que los diferentes miembros de la compañía coordinen sus esfuerzos e integren actividades derivadas de su misión. Sus conclusiones, basadas en los estudios de la empresa, muestran que existe una correlación entre la innovación tecnológica y los resultados de la empresa en el desarrollo de nuevos productos.

2.2.6 Los recursos humanos y el rendimiento.

Las características personales del propietario o del gerente desempeñan un papel crucial en la gestión y la puesta en marcha de las pequeñas y medianas empresas. A este respecto, numerosos estudios demuestran que diversos factores comerciales influyen en el éxito comercial de las empresas.

En primer lugar, hay que tener en cuenta el interés por los productos o servicios de la empresa, su importancia y el deseo de permanecer en el negocio, así como si el fundador es consciente de su mercado y paga.

El 90% de las unidades productivas, el 60% de los puestos de trabajo, el 50% de la producción, y casi el 100% de los servicios que los ecuatorianos usan en un día, como tiendas, restaurantes, etc., representan su contribución a la economía.

Debido a su adaptabilidad, redistribución y baja mano de obra, las PYMES tienen estructuras organizativas que se ajustan más rápidamente a los cambios económicos y se sitúan en las clases socioeconómicas medias del PIB.

Entre las empresas, se visualiza que la mayoría realiza actividades relacionadas con servicios con 63%, comercio con 26%, manufactura y agricultura con 10%, y minería, con minería, y otro 1%. (Galarza Vinuesa, 2020).

En cuanto a la relación entre los productos y servicios en la Zona 3, la mejor explicación de la realidad económica es el desempeño de las MIPYMES, que durante los últimos nueve años han aportado el 26% de las ventas internas, y también son responsables de cerca del 68% de los nuevos empleos creados.

Esta iniciativa contribuirá a la revitalización de la producción de las empresas en estas provincias, más que nunca, sus aportes esenciales a la economía nacional; Se convirtió en el motor de recuperación y reactivación económica de su región.

En segundo lugar, destaca la capacidad de liderazgo, la capacidad de toma de decisiones, la capacidad de gestión y la relación profesional con la empresa.

Las habilidades del liderazgo destacan las características de líder en cualquier cargo tanto con habilidades humanas como técnicas.

Para (Rozas Fardella, 2013) un líder se identifica con las siguientes características:

- **Análisis mental:** La gestión de la organización, el estudio, la detección de anomalías complejas y la división de dichos fenómenos en sus partes constituyentes, o la división en partes ocurre en todos los contextos, relaciones y otros ámbitos, sin este análisis, en la organización es imposible cumplir el propósito del estudio que es reconocer las influencias en el propio pensamiento que ser objetivo, profundo y claro con libertad (sin restricciones), responsabilidad y honestidad.
- **Gestión del contexto:** Lejos de ser idéntico en el conglomerado social, consiste en una infinidad de mundos de todo tipo, que dependen unos de otros, y al mismo tiempo son similares y diferentes. Este es el estado de trabajo de la mente terrenal: mirar diferente por fuera y pensar diferente por dentro. En otras palabras, el pensamiento mundano proporciona el contexto para el pensamiento reflexivo. La gestión del contexto significa la gestión en la periferia, la gestión en el espacio que existe entre la organización y los diferentes mundos que la rodean. Se requieren adaptabilidad y apertura.
- **Espíritu de cooperación:** Gestión de relaciones. Una mentalidad verdaderamente colaborativa no incluye la gestión de personas, sino la gestión de relaciones entre individuos, dentro de equipos y proyectos, así como entre departamentos y alianzas.
- Ser igual que los demás fomenta la colaboración entre otros. Esto significa estar adentro, involucrarse y administrar en todos los niveles de la mano. Asigne la gestión a los gerentes, distribuyéndola de manera que la responsabilidad se transfiera naturalmente a alguien que es capaz de organizar la situación y tomar la iniciativa, la confianza mutua, la comunicación espontánea y la solidaridad entre unos y otros. Esto se hace con respeto, responsabilidad y honestidad.
- **Pensar en el acto:** Para gestionar el cambio, debe haber continuidad, las empresas son valoradas por los bienes y servicios que proporcionan más que por los cambios que realizan, por lo tanto, la mentalidad empresarial implica movilizar la energía en torno a las cosas que deben cambiar mientras se toman cuidadosas precauciones para

mantener el resto en movimiento. Para lograrlo la cooperación debe estar integrada, la acción y la reflexión deben fluir juntas de forma natural, si se quiere efectuar un cambio, es preferible trabajar en colaboración al tiempo que se realiza un análisis efectivo.

- **Dirección con brújula:** Conduce a un entorno inesperado e impredecible donde se espera todo de dirección y racionalidad. El liderazgo coherente tiene sus propias características, pero en caso de duda, funcionan mejor cuando intentan destacar.
- **Vitalidad:** Es probable que un líder tenga más éxito en el logro de la coherencia a lo que ve y oye, "actualiza" regularmente sus impresiones y dice las cosas "honestamente". La condición es dinamizar a la gente, conmoverla y producir experiencias reveladoras de oportunidades. Mejora sus actualizaciones a la luz una mejor comprensión de la situación y un mayor interés por lo que realmente ocurren permiten una interacción respetuosa en la que los niveles afines a seguridad en sí mismo, fiabilidad y autoestima, y permitiendo que los demás sepan exactamente qué esperar.
- **Adaptación:** Este movimiento muestra cierta agilidad y velocidad. Melodía simple, fórmula o tema que sirve de base a una composición o riqueza instantánea. Estas melodías sirven de "tendencia", que constituye el fundamento de la cohesión, en un marco distinto al de la música. Sólo después de actuar y observar los resultados, el líder puede precisar el tema, que en algunos casos ya se ha resuelto. Por lo general, es importante en comparación con el diagnóstico anterior, pero "actúa sobre la acción".
- **Intuición:** Dejar ir las pesadas herramientas de la "racionalidad" significa dejar espacio para el libre flujo de la intuición, el sentimiento, la experiencia y la observación activa. La humanidad compartida, la conciencia del presente, la fascinación, el asombro, la novedad y la relación, todo esto dan lugar a algunas explicaciones posibles y razonables.
- **Autenticidad:** En el caso que los directivos afirman que no están seguros, ofrecen una respuesta honesta pero precisa que refleja con exactitud la situación actual; Mejoran su credibilidad en un mundo incierto; invitan y fomentan la investigación. Es una forma de reaccionar de inmediato ante una situación que se presenta, no para debilitarla sino para aprender de ella.

- **Aprendizaje:** El resultado final y más obvio de las acciones de un líder que comienza expresando que no lo sabe, a menudo termina aprendiendo algo nuevo. Las preguntas sobre la cohesión y la interdependencia tienen sus raíces en el escepticismo; Enfatizan la idea de que el conocimiento no es algo en lo que la gente piensa, no es algo que hagan conjuntamente. Si quieren enfrentarse a un problema con honestidad, los líderes deben considerar seriamente esta educación. no es algo que hagan conjuntamente.
- Las habilidades gerenciales vinculan importantes mecanismos de trabajo del gerente porque les proporcionan las herramientas necesarias para comprender y participar en las tareas de su modelo subordinado y, por lo tanto, el modelo de implementación y solicitar la dirección del área.
- **Conocimiento especializado:** Es toda la información almacenada no es algo que hagan conjuntamente. Si quieren enfrentarse a un problema con honestidad, los líderes deben considerar seriamente esta educación.
- **Empático:** Son las habilidades que los gerentes deben tener que trabajar con, persuadir, dirigir e inspirar a otros sin tener en cuenta la edad, el género, la clase o el estado coadyuvando con los objetivos comerciales.
- **Trabajo en equipo:** Tienen la intención de lograr objetivos comunes, para comprender que los objetivos propuestos se pueden obtener y establecer conocimientos, habilidades, información y, en general, las perspectivas de varias personas hacen que esto ocurra.
- **Líder:** Habilidad para guiar el camino por delante, a través de estrategias, prácticas de gobernabilidad, herramientas, técnicas, personalidad y propiedades elegantes, trabajos necesarios para producir resultados eficientes en las organizaciones.

En este sentido, de acuerdo a (García, Boom, & Molina, 2017), las habilidades de gestión varían de una organización a otra y forman parte de la personalidad; Por lo tanto, agregan una serie de elementos de comportamiento manifestados en *scripts* para implementar un entorno bien organizado, y que afectan al colectivo.

En tercer lugar, el hecho de que un propietario o un directivo de mediana edad esté al frente de una PYME aumenta el éxito, según se desprende del aumento de los ingresos por empleado.

De acuerdo con (García Solarte, González Campo, & Murillo Vargas, 2017) en su investigación indica que el género Depende del entorno organizativo de la empresa que sea un hombre o una mujer.

Por ello, es posible identificar las industrias en las que cada uno de estos actores trabaja con mayor frecuencia viendo cómo se comportan las Pymes según sus directores, sean hombres o mujeres, según los estudios realizados por, las mujeres desarrollan sus roles de liderazgo en mayor proporción en los sectores de servicios e industrial, siendo la construcción la última industria.

Por otro lado, los hombres desarrollan sus actividades directivas en un patrón comparable al de las mujeres, pero con mayor proporción, se dice que las mujeres están infra representadas en el campo de la tecnología de la información, ya que no han tenido acceso a la educación para carreras centradas en campos relacionados con el avance tecnológico.

En cuarto lugar, la edad, la educación y la formación empresarial del empresario influyen positivamente en la expansión de la empresa. En particular, la educación superior contribuye a que los empresarios lleven a cabo planes empresariales formales y manejen información comercial crucial. Además, el nivel de educación desempeña un papel importante en la capacidad intelectual de la organización, la habilidad para acceder y organizar los recursos externos y establece los cimientos. Para el pensamiento analítico o las respuestas racionales a los problemas. Además del nivel de educación, la experiencia del propietario o gerente está estrechamente relacionada con el desempeño de la empresa.

Por último, la orientación empresarial puede ayudar a explicar el rendimiento empresarial, en términos de innovación, iniciativa y asunción de riesgos en el negocio.

(Mendoza Gallo., 2020) La forma más eficaz y eficiente de desarrollar los comportamientos necesarios para generar más valor es la orientación al mercado, entendida como la cultura organizativa que impulsa esos comportamientos.

La volatilidad y el dinamismo del mercado hacen que sea cada vez más importante para las empresas atender plenamente las necesidades de los clientes y consumidores de sus mercados objetivo. Sólo vieron tres cosas 1) un compromiso con el aprendizaje; 2) una apertura; y 3) una visión compartida, pero otros lo marcan con cuatro cosas: 1) un compromiso con el aprendizaje; 2) una apertura; 3) visión compartida 4) intercambio de conocimientos.

Este enfoque mejora aumenta la sensibilidad de las empresas a la hora de detectar con antelación los cambios en el comportamiento del mercado, lo cual es crucial para las empresas. Al tener un mayor potencial para crear nuevos conocimientos, las organizaciones más centradas en el negocio pudieron aumentar su flexibilidad y reaccionar a los cambios del entorno más rápidamente que sus clientes. En este sentido, uno de los retos de las PYMES ecuatorianas es reaccionar rápidamente a las acciones de la competencia y estar al tanto de las expectativas de los clientes.

2.3 Limitaciones empresariales.

Otras características de estas empresas las hacen un tanto susceptibles a los cambios del entorno (político, social, económico y jurídico), por lo que se enfrentan a riesgos permanentes. la misma fuente citada por el Ministro de Comercio, Industria y Turismo identifica las dificultades con la PYMES: “1) limitaciones técnicas y competitivas que imponen las escalas de producción, 2) dificultades en la identificación y acceso a la tecnología adecuada, 3) falta de asociatividad empresarial, 4) carencia de directivos con capacidad gerencial y pensamiento estratégico y 5) dificultad de cimentar la articulación del sector con la gran empresa y con los sistemas de compras estatales” (Giraldo Múnera, Bedoya Bermudez, & Vargas Restrepo, 2019).

2.4 Evolución de PYMES.

Se cree que las PYMES sirven de punto de partida para la expansión de las grandes empresas, sin embargo, no todo el mundo sigue este camino porque algunas personas son capaces de mantenerse activas a largo plazo. A lo largo de su vida, los individuos se enfrentan a dos opciones: seguir la curva de crecimiento natural (pequeña, mediana, grande) o permanecer tranquilas y disfrutar de ganancias manejables y financieramente seguras.

A pesar de todos estos factores, es casi imposible alcanzar el nivel de desarrollo deseado, esta capacidad se ve amenazada por la falta de integración entre ellas y los actores locales, como las pequeñas y grandes empresas y, sobre todo, el gobierno, mientras se mejoran las economías locales, la eficiencia, la productividad y la competitividad, junto con los beneficios de la mejora de la liquidez, la gestión, la solvencia y la rentabilidad.

Los datos muestran que las pequeñas empresas han mantenido su presencia sin apenas variación porcentual; no obstante, es evidente que las pequeñas empresas comenzaron a

expandirse rápidamente en 2016 con una participación del 7,51% y alcanzarán el 6,75% en 2020. Su evolución estructural y funcional no presenta avances, la baja disponibilidad de recursos y el restringido acceso al crédito, débil cultura organizacional, escasa innovación, deficiente gestión del conocimiento, le proporciona un proceso cíclico de limitaciones, lo que le impide emprender en procesos de mejora continua y no logra alcanzar el desarrollo empresarial (Espinoza Montenegro, Sisa Vega, & Rivera Badillo, 2019).

Los esfuerzos para ayudar a las pequeñas y medianas empresas no han tenido éxito ya que su principal seguridad es el desconocimiento de la existencia y el acceso a este tipo de programas. Las pequeñas y medianas empresas tienen el potencial de convertirse en el motor de crecimiento de la nación, a pesar del hecho de que aún necesitan superar y mejorar los problemas de reactivación tecnológica, con la falta de personal capacitado, las formas de producción y gestión incompletas. Las PYMES, están planteando actualmente mejoras de procesos e innovación en todos los campos para mejorar su productividad y calidad en sus productos y servicios, amigables con el medio ambiente, ya que para esto es necesario tomar acciones comunes entre el gobierno, las organizaciones privadas y los empresarios para mejorar las habilidades y condiciones competitivas para tener acceso al desarrollo del mercado nacional como como internacional. (Gualotuña Reimundo, 2011).

El desarrollo tecnológico, la aptitud y la organización entre si son factores de crecimiento y competitividad que permiten a las empresas características innovadoras y coadyuvan a introducir al mercado productos nuevos o mejorados, proceso basado en la misma estrategia de crecimiento que ayudan apalancar recursos para ganar competitividad y adquirir ventajas económicas o sociales, así como para definir una posición más amplia en el mercado de las PYMES (Pineda, Monge Garcia, & Martínez, 2016).

Tabla 12 *Número y tamaño de empresas a nivel nacional*

NÚMERO Y TAMAÑO DE EMPRESAS A NIVEL NACIONAL					
Tamaño de empresa	2015	2016	2017	2018	2019
Microempresa	801.040	791.047	828.357	829.711	763.332
Pequeña Empresa	68.389	64.930	65.071	64.888	61.759
Mediana empresa A	8.426	7.810	8.333	8.665	8.544
Mediana empresa B	5.445	5.168	5.501	5.809	5.798
Grande Empresa	4.093	3.864	4.045	4.283	4.312
TOTAL	887.393	872.819	911.307	913.356	843.745

Nota Investigación propia

Como se evidencia en la tabla que antecede en el Ecuador se puede evidenciar una mayor participación y número de la microempresa, comparado con la pequeña, que es objeto de esta investigación, lo que genera expectativa del crecimiento y desarrollo de las PYMES y los factores que determinan su crecimiento.

Tabla 13 Índice per cápita por cada 100,000 habitantes.

ÍNDICE PER CÁPITA POR CADA 100,000 HABITANTES		
Año	Tamaño de empresa	Número de empresas
2016	Grande empresa	2
2016	Mediana empresa "A"	5
2016	Mediana empresa "B"	3
2016	Microempresa	479
2016	Pequeña empresa	39
2017	Grande empresa	2
2017	Mediana empresa "A"	5
2017	Mediana empresa "B"	3
2017	Microempresa	494
2017	Pequeña empresa	39
2018	Grande empresa	3
2018	Mediana empresa "A"	5
2018	Mediana empresa "B"	3
2018	Microempresa	487
2018	Pequeña empresa	38
2019	Grande empresa	2
2019	Mediana empresa "A"	5
2019	Mediana empresa "B"	3
2019	Microempresa	465
2019	Pequeña empresa	36

Nota: Investigación propia en base a la información del INEC (2019).

Tabla 14 Número de empresas por unidad legal.

NÚMERO DE EMPRESAS POR UNIDAD LEGAL								
Unidad Legal	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Persona natural	689.736	772.101	792.384	781.646	767.033	801.874	798.066	725.446
Persona Jurídica	100.247	103.346	106.504	105.747	105.786	109.433	115.290	118.299
Total	789.983	875.447	898.888	887.393	872.819	911.307	913.356	843.745

Nota: Investigación propia en base a la información del INEC (2019).

Como se puede apreciar, el volumen de empresas en su mayor parte corresponde a personas naturales 725.446, equivalente al (85.97%), comparado con las personas jurídicas.

Según el tipo de unidad legal y jurídica, las empresas, individuos e instituciones se definen de acuerdo con las siguientes características.

Personas Naturales: Según, (Castillo-Urco, 2020) Son aquellas instituciones pueden ser personas naturales o jurídicas, a su vez este tipo de unidad legal puede derivarse en otra

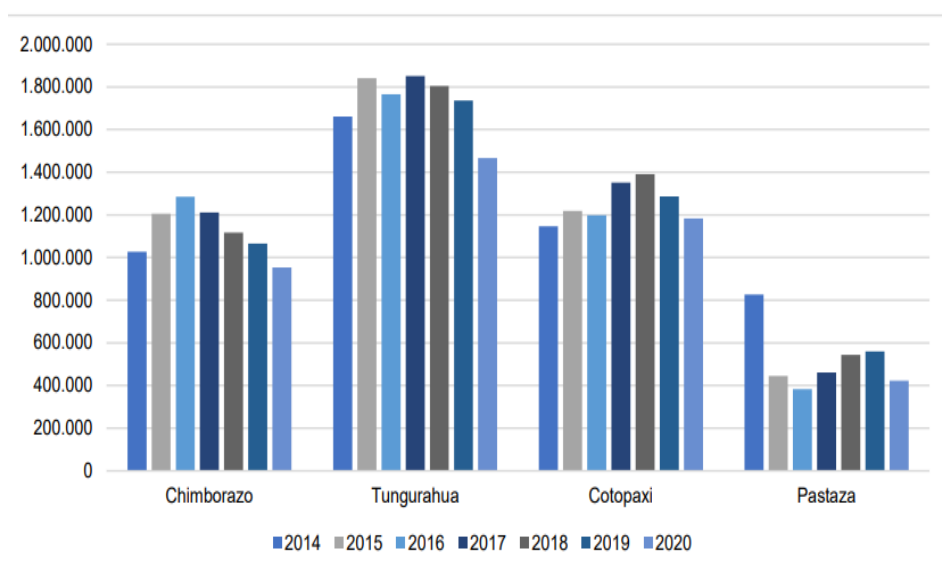
forma que el Directorio de Empresas denomina forma institucional (sub-clasificación Personas naturales obligadas y no a llevar contabilidad, siempre y cuando cumplan ciertas características.

Persona Jurídica: Empresa constituida en sociedad con fines y sin fines de lucro, también son las organizaciones Públicas y organizaciones de la economía popular y solidaria. (Castillo-Urco, 2020)Evolución de PYMES en la Zona 3.

La estructura empresarial que más se ha dado en el Ecuador son las sociedades de responsabilidad limitada, seguidas de las anónimas, la diferencia que existe entre este tipo de sociedades es la libertad para negociar y tomar decisiones corporativas. En la primera se requiere de un acuerdo unánime, mientras que en la segunda las decisiones no están sujetas hacia todos los miembros de la directiva.

En la Zona 3, ha evidenciado un acelerado crecimiento y desarrollo en lo concerniente a las PYMES; ya sea como persona natural ó como sociedades, sin embargo, estas deben enfrentar la competencia de grandes empresarios con poder económico que provienen de ciudades grandes que se encuentran en las otras Zonas, quienes se diferencian por su alto nivel de productividad el cual es alcanzado por la correcta aplicación de la administración de operaciones en sus procesos, aspecto que las pone en desventaja (Tapia Primo, & Turizo Tapia. , 2017).

Figura 5 Proyecciones del 2020 en la Zona 3



Nota: Tomado de Sánchez (2021). Los datos de 2020 son proyecciones del Banco Central de Ecuador basadas en la tasa de crecimiento provincial.

Entre 2014 y 2019, el PIB de la Zona 3 representó un promedio del 6% de la producción nacional.

Sin embargo, se prevé que el PIB de la Zona 3 sólo representará el 9% del PIB del país en 2020. Pero este aumento representa realmente una disminución del 8,14% de la producción nacional en 2020 con respecto a 2019 y no un aumento de la producción de la Zona 3.

La provincia de Tungurahua tiene el mayor aporte a la economía de la Zona 3 durante el periodo de estudio, particularmente en los años 2018 y 2019 con 1.850.995.000 y 1.803.589.000, dólares respectivamente, destacando la manufactura como la principal actividad económica. Chimborazo se desempeñó como la segunda economía de la Zona 3 entre los años 2014 y 2017 con la construcción y la agricultura como sus dos principales motores económicos. En los años 2018 y 2019, Cotopaxi se consolida como la segunda economía de la Zona 3 con aportes de 1.391.037.000 y dólares 1.286.123.000, dólares respectivamente. (Sánchez, 2021).

CAPÍTULO III

3 MARCO METODOLÓGICO.

Para la identificación y comprensión de los factores cruciales que subyacen en la competitividad de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES), se implementará un enfoque metodológico riguroso, articulado en las siguientes etapas (Yuni, & Urbano., 2006):

3.1 Exploración bibliográfica preliminar

Exploración bibliográfica preliminar; el punto de partida reside en una exhaustiva revisión bibliográfica, donde se explorarán diversas fuentes académicas y empresariales de reconocimiento, con el propósito de discernir y caracterizar los determinantes esenciales que inciden en la competitividad de las PYMES. Esta fase, sustentada en análisis críticos y contrastes, sienta las bases conceptuales para la investigación (García Bonilla, 2021).

3.2 Descripción del Contexto Zonal

Viabilidad en el Contexto Zonal, en una segunda instancia, se aborda la cuestión de la viabilidad geográfica y contextual en la Zona 3 de Ecuador. Para esta evaluación, se procede a la meticulosa extracción y análisis de datos de distintas fuentes de envergadura, tales como la Superintendencia de Compañías y Seguros (SCS), el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) y el Banco Central del Ecuador (B.C.E). Esta rigurosa selección de datos sustenta la pertinencia y alcance del estudio en la mencionada región (Sánchez P. , 2020).

3.3 La investigación cuantitativa, descriptivo y analítico

La investigación es cuantitativa de carácter descriptivo y analítico. Precisamos identificar y analizar los factores clave que determinan la competitividad de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en la Zona 3 del Ecuador. La metodología se apoya en la recopilación de datos numéricos y su posterior análisis estadístico para comprender las relaciones entre diferentes variables y su impacto en la competitividad de las PYMES (Iñiguez Cadena, Rendón, Aguilar Ávila, & Salinas Cruz, 2017).

3.4 El enfoque cuantitativo

El enfoque cuantitativo permite medir y cuantificar las percepciones y características de las empresas en la Zona 3 en relación con los factores de competitividad. Se utilizan técnicas estadísticas como el análisis de regresión logística, análisis de correlación y asociación, y

pruebas de significancia como la Prueba de Wald y la Prueba Ómnibus. Además, se aplican herramientas como encuestas y bases de datos confiables para recopilar información relevante de manera sistemática.

3.5 Es descriptivo

El carácter descriptivo implica la recopilación y presentación de datos sobre los factores y características de las PYMES en la región, mientras que el carácter analítico permite investigar las relaciones entre variables y establecer conclusiones respaldadas por el análisis estadístico. El objetivo final es generar un modelo metodológico que permita identificar y medir de manera efectiva los factores que influyen en la competitividad de las PYMES en la Zona 3 del Ecuador, contribuyendo así al conocimiento y desarrollo de estrategias para mejorar su competitividad en el entorno empresarial.

3.6 Una investigación analítica

La elección de realizar una investigación analítica se fundamenta en la necesidad de examinar en profundidad las relaciones causales y los vínculos entre los factores determinantes de la competitividad de las PYMES en la Zona 3 del Ecuador. Mediante un enfoque analítico, se busca comprender cómo las variables predictoras, como el género del emprendedor, la formación educativa, la experiencia previa en gestión de PYMES y otros factores, influyen en el nivel de competitividad de estas empresas. Este tipo de investigación permite ir más allá de la descripción superficial y explorar las conexiones subyacentes que contribuyen al desempeño competitivo de las PYMES. Al adoptar un enfoque analítico, se podrá identificar patrones, tendencias y relaciones significativas que ayudarán a obtener insights valiosos para la formulación de estrategias efectivas de mejora y crecimiento en el contexto específico de la Zona 3 del Ecuador.

3.7 Herramientas estadísticas para el análisis

El tratamiento cuantitativo de los datos se llevará a cabo mediante el uso de la herramienta IBM-SPSS Estadístico, permitiendo una evaluación rigurosa y objetiva de las respuestas obtenidas (Pacheco, 2020). Se procederá a la aplicación de una serie de herramientas estadísticas que se alinean con los principios de análisis cuantitativo y rigor analítico propios de los estándares de los organismos multilaterales como el BID quienes son una autoridad

en esta materia (Kirby, C., & Brosa, N. , 2011)

Prueba de Wald - Índice de Wald

Se utilizará la Prueba de Wald - Índice de Wald, el cual está respaldado por la distribución de la ley Chi cuadrado, una herramienta esencial en la evaluación de la significancia estadística de los coeficientes en modelos de regresión. Esta prueba permitirá determinar la relevancia individual de cada variable independiente, identificando aquellas que contribuyen de manera significativa a la explicación de la variable dependiente (Merino & Díaz Ruiz, 2006).

La prueba de Wald es una prueba estadística utilizada para evaluar si los coeficientes estimados en un modelo de regresión son significativamente diferentes de cero. En el contexto de un análisis de regresión, la prueba de Wald ayuda a determinar si una variable predictora específica tiene un impacto estadísticamente significativo en la variable de resultado (Pacheco, 2020).

En este caso, analizando cómo las variables predictoras se relacionan con el nivel de competitividad de las PYMES a través de un modelo de regresión, la prueba de Wald se validará de la siguiente manera:

El modelo de regresión, formulado y estimado como una prueba de regresión múltiple que relaciona las variables predictoras con el nivel de competitividad de las PYMES. Aquí, cada variable predictora tendrá un coeficiente estimado asociado.

Delimitar la hipótesis nula y alternativa, para realizar la prueba de Wald, se establece una hipótesis nula y una hipótesis alternativa para cada coeficiente de variable predictora. La hipótesis nula afirma que el coeficiente es igual a cero (es decir, la variable no tiene impacto), mientras que la hipótesis alternativa sugiere que el coeficiente es diferente de cero (la variable tiene impacto) (Vinuesa, 2016).

Calcular el estadístico de prueba de Wald: el estadístico de prueba de Wald se calcula dividiendo el cuadrado del coeficiente estimado por la varianza estimada del coeficiente. Este estadístico sigue una distribución chi-cuadrado bajo la hipótesis nula (Yuni, & Urbano., 2006).

Comparar el estadístico con el valor crítico: este se compara con el valor calculado del estadístico de prueba de Wald y el valor crítico de la distribución chi-cuadrado. Si el valor calculado es mayor que el valor crítico, se rechaza la hipótesis nula y se concluye que la variable predictora tiene un impacto significativo en la variable de resultado.

Si se rechaza o no la hipótesis nula, se procede a tomar decisiones sobre la inclusión o exclusión de variables predictoras en el modelo y cómo interpretar su impacto en la competitividad de las PYMES (Tovar Posso & Muñoz Martínez, 2019).

En este punto es importante aclarar, que el término "índice de Wald" puede ser confuso ya que suele referirse a dos conceptos diferentes en el contexto de las pruebas estadísticas. Veamos estas dos interpretaciones:

1. Prueba de Wald: Como mencioné anteriormente, la prueba de Wald es una prueba estadística utilizada para evaluar la significancia de los coeficientes en un modelo de regresión. Esta prueba compara el valor calculado del estadístico de prueba de Wald con el valor crítico de la distribución chi-cuadrado para determinar si los coeficientes son significativamente diferentes de cero (Merino & Díaz Ruiz, 2006).

2. Intervalo de Confianza de Wald: En otro contexto, el "índice de Wald" puede referirse a la estimación del intervalo de confianza de un parámetro basado en la distribución normal. En este caso, se utiliza la aproximación de la distribución normal para calcular el intervalo de confianza alrededor del valor estimado del parámetro, utilizando el estadístico de Wald.

Ahora bien, para evaluar la bondad de ajuste del modelo de regresión logística, se emplearán medidas clave como el R cuadrado de Cox y Snell y el R cuadrado de Nagelkerke, los cuales cuantifican la proporción de variabilidad explicada por el modelo. Estas métricas ofrecen una visión precisa de la capacidad del modelo para predecir la variable dependiente y su adecuación en términos de ajuste (Pacheco, 2020).

3.8 Las pruebas Ómnibus

Desarrollaremos las pruebas Ómnibus de coeficientes de modelo, basadas en la distribución de la ley Chi cuadrado, serán aplicadas para verificar la contribución colectiva de las variables independientes al modelo, ofreciendo una visión general de su capacidad explicativa. Además, se empleará el coeficiente de correlación de Pearson para medir las

relaciones lineales entre variables cuantitativas, proporcionando una base para el análisis de asociación entre las variables involucradas (Merino & Díaz Ruiz, 2006).

La Prueba Ómnibus, conocida como Prueba Global o Prueba F, evalúa la significancia conjunta de varios coeficientes de regresión en un modelo. Es útil para verificar si el modelo de regresión en su conjunto es estadísticamente significativo. En un análisis de la competitividad de las PYMES (Pacheco, 2020):

- La Prueba Ómnibus es una herramienta estadística para evaluar la significancia conjunta de múltiples coeficientes en un modelo de regresión.
- Verifica si el modelo de regresión en su totalidad es estadísticamente significativo.
- En el análisis de competitividad de PYMES, se aplica para determinar si las variables predictoras en conjunto tienen un impacto significativo en la variable de respuesta.
- Se formula una hipótesis nula (coeficientes son cero) y alternativa (al menos un coeficiente no es cero).
- Se calcula el estadístico F dividiendo la suma de cuadrados de la regresión por los grados de libertad de la regresión, entre la suma de cuadrados del error dividida por los grados de libertad del error.
- Se compara el valor calculado del estadístico F con un valor crítico F específico para un nivel de significancia dado.
- Si el estadístico F calculado es mayor que el valor crítico, se rechaza la hipótesis nula y se concluye que al menos una variable tiene un impacto significativo en la respuesta.
- Ayuda a determinar si las variables predictoras, en conjunto, son importantes para explicar la variabilidad en la variable de respuesta.
- Si la prueba resulta en un valor significativo, se pueden analizar los coeficientes individuales para identificar las variables clave que influyen en el modelo.

3.9 La Prueba de Hosmer y Lemeshow

Mediante esta otra forma estadística, la Prueba de Hosmer y Lemeshow se utilizará para

evaluar el ajuste del modelo de regresión logística a los datos, validando su capacidad para predecir la variable dependiente. Es una técnica estadística usada para evaluar la correspondencia entre las frecuencias observadas y las esperadas en diferentes grupos definidos por el modelo de regresión logística. En esencia, verifica si el modelo se ajusta adecuadamente a los datos mediante la comparación de estas frecuencias en grupos de probabilidades pronosticadas. Si existen discrepancias significativas entre las frecuencias observadas y las esperadas, se sugiere una posible falta de ajuste del modelo a los datos reales (Merino & Díaz Ruiz, 2006).

3.10 El modelo Probit

El análisis de correlación y asociación permitirá explorar las relaciones entre variables, destacando patrones y tendencias que pueden influir en la competitividad. Asimismo, el uso del modelo dicotómico Probit y el análisis de regresión múltiple enriquecerán la evaluación de los determinantes de la competitividad, proporcionando un enfoque integral y detallado (Merino & Díaz Ruiz, 2006).

3.11 R cuadrado de Cox y Snell y el R cuadrado de Nagelkerke

Utilizando el modelo Probit para analizar la competitividad de las PYMES, es posible calcular tanto el R cuadrado de Cox y Snell como el R cuadrado de Nagelkerke. Estas métricas permiten evaluar la proporción de varianza que el modelo logístico explica. El uso de estas herramientas, ofrecen una perspectiva sobre qué tan bien el modelo se adapta a los datos y cómo contribuye a la explicación de la variable de respuesta en comparación con un modelo nulo. Cabe recordar que, al igual que en la regresión lineal, un valor mayor de R cuadrado señala un ajuste más sólido del modelo, aunque su interpretación puede variar según el contexto y las características de los datos (Merino & Díaz Ruiz, 2006).

El R cuadrado de Cox y Snell y el R cuadrado de Nagelkerke son medidas utilizadas en el contexto de los modelos de regresión logística, como el modelo Probit que mencionaste anteriormente. Estas medidas ofrecen información sobre la bondad de ajuste del modelo y la proporción de varianza explicada por el modelo en comparación con un modelo nulo.

R cuadrado de Cox y Snell: El R cuadrado de Cox y Snell es una medida de la proporción de varianza explicada por el modelo de regresión logística en relación con un modelo nulo.

En otras palabras, mide qué tan bien el modelo logra predecir la variable de respuesta en comparación con un modelo que solo incluye el intercepto (sin variables predictoras). Sin embargo, el R cuadrado de Cox y Snell no alcanza un valor máximo de 1 y puede ser menor que 0, lo que puede dificultar su interpretación directa como una medida de ajuste.

R cuadrado de Nagelkerke: El R cuadrado de Nagelkerke es una modificación del R cuadrado de Cox y Snell que ajusta la escala para que esté en el rango de 0 a 1. En esencia, el R cuadrado de Nagelkerke es una versión estandarizada del R cuadrado de Cox y Snell, lo que lo hace más fácil de interpretar y comparar entre diferentes modelos. A menudo se prefiere el R cuadrado de Nagelkerke cuando se busca una medida que se asemeje al R cuadrado en modelos de regresión lineal (Merino & Díaz Ruiz, 2006).

3.12 Análisis FODA

Igualmente abordaremos aspectos desde, el análisis FODA como enfoque metodológico en este estudio por su capacidad para evaluar integralmente los factores internos y externos que afectan la competitividad de las PYMES en la Zona 3 del Ecuador. El análisis FODA permitirá identificar y aprovechar las fortalezas y oportunidades, así como abordar las debilidades y amenazas que enfrentan estas empresas. Esta metodología proporcionará una base estratégica sólida para la toma de decisiones informadas y la formulación de estrategias que impulsen el crecimiento y la sostenibilidad de las PYMES en este entorno competitivo (Reyes, Y. M., Solís, J. M. G., & Lucero, R. P. C. , 2021).

Es considerar estos elementos, en tanto cumplen con las variables y objetivos propuestos en la investigación, particularmente encontramos que son redireccionadas desde el propio cuestionario aplicado (véase la encuesta en el anexo).

Fortalezas:

1. Genero del emprendedor: Si hay una proporción significativa de emprendedoras exitosas, podría ser una fortaleza en términos de diversidad y enfoques innovadores en la gestión.
2. Instrucción del emprendedor: Si la mayoría de los emprendedores tienen una educación sólida, esto podría implicar una capacidad para tomar decisiones informadas y estratégicas.
3. Experiencia previa en gestión de una PYME: Si muchos emprendedores tienen

experiencia previa, esto podría dar lugar a una gestión más efectiva y decisiones basadas en lecciones aprendidas.

4. Capital inicial: Si la fuente de capital inicial es diversa y estable, esto podría indicar una base financiera sólida para el crecimiento.

Oportunidades:

1. Motivo de creación de la empresa: Si hay motivos innovadores o relacionados con las necesidades del mercado, esto podría ser una oportunidad para destacar en un nicho.

2. Principales clientes: Identificar oportunidades para diversificar o expandir la base de clientes existentes.

3. Crecimiento de la empresa: Evaluar el porcentaje de crecimiento y explorar áreas donde se puede aumentar la participación en el mercado.

4. Promoción para programas de apoyo: Si se identifica la necesidad de promoción, puede ser una oportunidad para acceder a recursos y apoyo externos.

Debilidades:

1. Desarrollo de la imagen corporativa: Si el desarrollo de la imagen corporativa ha sido deficiente, podría afectar la percepción del negocio.

2. Competitividad: Si la calificación de competitividad es baja, esto podría indicar deficiencias en estrategias para enfrentar la competencia.

3. Barreras internas de crecimiento: Identificar las barreras internas mencionadas puede señalar áreas de mejora en la gestión interna.

Amenazas:

1. Barreras externas de crecimiento: Identificar la principal barrera externa puede ayudar a anticipar y mitigar riesgos que pueden afectar el crecimiento.

2. Promoción para programas de apoyo: Si se considera que se necesita más promoción, esto puede ser un desafío en términos de acceso a recursos y colaboración.

3.13 Escala de Niveles de Competitividad para PYMES

Como una novedad metodológica y entendiendo que podemos compartir hallazgos importantes. dentro de los recursos metodológicos nos acercamos a la propuesta que hemos denominado “Escala de Niveles de Competitividad para PYMES”. En esta escala se han definido varios niveles (del 1 al 5) que describen diferentes grados de competitividad de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en función de diversas variables y aspectos que impactan en su desempeño y capacidad competitiva.

Cada nivel está definido por una descripción específica que detalla las características, prácticas y enfoques que se observan en las PYMES de ese nivel particular de competitividad. Esta escala busca proporcionar una herramienta para clasificar y comprender el estado actual de competitividad de las PYMES, considerando aspectos como la implementación de modelos estratégicos, la calidad de los productos o servicios, la gestión de recursos humanos, la planificación estratégica, la innovación y otros.

La escala de niveles de competitividad para PYMES permite una evaluación más detallada y estructurada de las PYMES en función de su competitividad y ofrece una guía para identificar áreas de mejora y oportunidades para aumentar su nivel de competitividad en el mercado.

3.14 Mapa de Procesos

Se denomina Mapeo de Procesos” al proceso de crear un mapa que visualiza y representa los pasos y flujos de un sistema o proceso. Es una técnica utilizada en la gestión y mejora de procesos para comprender cómo funcionan las actividades dentro de una organización, identificar posibles ineficiencias, oportunidades de mejora y áreas críticas (González, A. J., Villamil, D., & Arteaga, W. , 2019).

El mapeo de procesos implica la creación de un diagrama o representación gráfica que muestra las interacciones entre las etapas del proceso, los roles involucrados, los flujos de trabajo, las decisiones tomadas y los posibles puntos de toma de decisiones. Este enfoque ayuda a obtener una visión global y detallada de cómo se desarrollan las operaciones y cómo los diferentes componentes se conectan entre sí (González, A. J., Villamil, D., & Arteaga, W. , 2019).

3.15 El mapa de competitividad

En el contexto de esta investigación, se utiliza aquí para analizar de manera objetiva y cuantitativa los factores que determinan la competitividad de las PYMES en la Zona 3 del Ecuador. Mediante la recopilación y el análisis de datos numéricos y métricas, se busca cuantificar la posición competitiva de las empresas en función de variables clave. Esta metodología permitirá una evaluación rigurosa y medible de los elementos que influyen en la competitividad, ofreciendo resultados basados en datos concretos y estadísticas. El enfoque cuantitativo del mapa de competitividad brinda la oportunidad de identificar patrones, tendencias y relaciones numéricas que contribuirán a una comprensión más precisa y objetiva de la competitividad de las PYMES en la región (Melo Torres, 2020).

3.16 Valoración de las variables mediante la escala Likert

La escala Likert es un tipo de escala de medición utilizada en investigación para obtener respuestas de los participantes en términos de sus actitudes, opiniones o percepciones hacia ciertos conceptos o afirmaciones. Fue desarrollada por el psicólogo Rensis Likert en la década de 1930. Esta escala se caracteriza por presentar una serie de afirmaciones o enunciados sobre un tema específico y pedir a los encuestados que indiquen el grado en que están de acuerdo o en desacuerdo con cada afirmación. Para ello se ha elaborado un cuestionario de 10 preguntas que se puede apreciar en el Anexo 2 (Vargas, Gautama , 2022).

La escala Likert típicamente se compone de varios puntos discretos que representan diferentes niveles de acuerdo o desacuerdo. Por lo general, se utiliza una escala de 5, 7 u 9 puntos, donde los encuestados seleccionan una opción que mejor refleje su opinión o actitud en relación con el enunciado. Las opciones en una escala Likert suelen variar desde "Totalmente en desacuerdo" hasta "Totalmente de acuerdo", pasando por grados intermedios como "En desacuerdo", "Neutral", "De acuerdo" y "Totalmente de acuerdo" (Vargas, Gautama , 2022).

La escala Likert es ampliamente utilizada en encuestas y cuestionarios para medir actitudes, percepciones y opiniones de manera cuantitativa. Permite obtener información más precisa y detallada al proporcionar a los encuestados una gama de opciones para expresar sus niveles de acuerdo o desacuerdo en lugar de simplemente responder "sí" o "no". Esta escala es especialmente útil cuando se busca comprender las sutilezas y matices en las opiniones de

las personas sobre un tema determinado (Vargas, Gautama , 2022).

3.17 Enfoque, alcance y diseño de la investigación.

3.18 Enfoque de la Investigación:

La presente investigación se erige en un enfoque de estudio de tipo exploratorio y analítico, bajo una perspectiva cuantitativa, con la finalidad de discernir, analizar y evaluar exhaustivamente los factores determinantes que inciden en el crecimiento competitivo de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) en la Zona 3 del Ecuador. El énfasis reside en el análisis riguroso de variables clave que engloban tanto aspectos internos como externos que subyacen en la mejora de la competitividad de estas unidades empresariales (García Bonilla, 2021).

3.19 Alcance de la Investigación:

El alcance de esta investigación se delimita geográficamente a la Zona 3 del Ecuador, caracterizada por su vasta extensión territorial, abarcando más del 18% del espacio ecuatorial. La región adquiere importancia estratégica al fungir como punto de confluencia entre la Amazonía y la Sierra, lo cual influye directamente en el tejido empresarial local. El estudio acoge un enfoque multidimensional, considerando tanto variables macroeconómicas, mesoeconómicas como microeconómicas, permitiendo abordar un análisis holístico de los determinantes de competitividad de las PYMES en este contexto.

Es de hacer notar que, las variables mesoeconómicas se refieren a factores que influyen en grupos de empresas o actividades económicas a nivel intermedio, entre la economía en su conjunto y las unidades económicas individuales. Cuando abordamos el tema sobre la competitividad de las PYMES en la Zona 3 del Ecuador, las variables mesoeconómicas son aspectos específicos de la región que afectan su competitividad, como políticas de apoyo gubernamental y dinámicas de la industria en esa área. Estas variables tienen un impacto clave en las empresas a nivel intermedio (Ayala Cruz et al, 2018).

3.20 Diseño de la Investigación:

La investigación adopta un diseño transversal y no experimental, procurando comprender y analizar una instantánea en el tiempo de la competitividad de las PYMES en la Zona 3 del

Ecuador. La recopilación de datos se efectuará mediante un cuestionario estructurado, compuesto por ítems que abarcan aspectos relevantes, tales como la planificación estratégica, aprovisionamiento y logística, control de calidad, marketing y ventas, servicio al cliente, operaciones, integridad financiera, gestión de recursos humanos, gestión medioambiental, sistemas de información y desarrollo e innovación. Este enfoque permitirá la cuantificación de percepciones y opiniones de los empresarios, esenciales para analizar relaciones y tendencias (Vinuesa, 2016).

La variable competitividad en muchas investigaciones se ha analizado desde varios parámetros, por lo cual y para definir el grado de competitividad se tomó como estudio algunas variables, como se puede observar en la Figura 7 el diseño no es experimental, ya que no se realiza cambios o modificaciones en ninguna de las variables estudiadas (Olmedo Navas, 2018).

Hipótesis de la investigación.

- ¿Existen factores que influyen en el éxito y la competitividad de las PYMES?
- ¿El talento humano es el factor que caracteriza fundamentalmente el crecimiento de la empresa?
- ¿La planificación estratégica es el factor principal de competitividad de las PYMES?

Para responder a estas preguntas se realiza la fundamentación teórica de los factores determinantes como se muestra a continuación.

Variable Independiente: Estilo de dirección, Tipo de organización, nivel de producción, implementación tecnológica, finanzas corporativas, mercadotecnia.

Variable dependiente: Factores determinantes de crecimiento, competitividad, crecimiento empresarial, principales impactos (Iñiguez Cadena, Rendón, Aguilar Ávila, & Salinas Cruz, 2017).

3.21 Diseño del instrumento de medición.

La estrategia y/o herramienta de medición con la que se recogieron los datos de interés para el estudio y que se compararon y contrastaron fue la encuestas, cuestionario compuesto por

un conjunto de 10 preguntas, las mismas que se encuentran descrito en las páginas (119-125) del presente documento. En este estudio se mide, la experiencia, el motivo, el capital inicial y la competitividad al momento que iniciaron las PYMES, cuestionario que está formado en base a las variables que se encuentran involucradas, en la investigación.

El diseño del instrumento de medición considera el uso de la escala de Likert en la encuesta. Tal como lo explicamos más arriba. Esta escala proporciona una estructura de respuestas que permite evaluar de manera cuantitativa las opiniones y actitudes de los participantes. Las preguntas se formulan de manera que los encuestados indiquen su grado de acuerdo o desacuerdo en relación con afirmaciones específicas. Esto permitirá obtener datos que se pueden analizar estadísticamente, brindando una comprensión más profunda y objetiva de las variables involucradas en el estudio. La escala de Likert garantiza una medición más precisa y sistemática de las percepciones de los participantes en relación con los aspectos analizados en la investigación (Vargas, Gautama , 2022).

Así también, para completar la recolección de la información se realizó una entrevista, donde se identificó características y pasos propios de esta estrategia. Por tanto, todo lo que a continuación se expone servirá tanto para desarrollar la técnica dentro de una investigación como para utilizarla de manera puntual (Vargas, Gautama , 2022).

De las personas consideradas conocedoras de la problemática, se recogerán las opiniones y las ideas de investigación, se analiza las entrevistas realizadas y la representatividad de los resultados y su utilidad dentro del grupo de sujetos (Vargas, Gautama , 2022).

3.22 Elaboración de cuestionario para las entrevistas de los Indicadores de Competitividad

A continuación, se presenta una entrevista compuesta por 20 preguntas, dirigidas a los gerentes de las PYMES en la Zona 3 del Ecuador, con el propósito de capturar información esencial para el estudio de los Indicadores de Competitividad de estas empresas. Estas preguntas se han diseñado estratégicamente para identificar los factores determinantes que influyen en la competitividad y para obtener perspectivas directas de los líderes empresariales involucrados en su operación y dirección (Anexo 2) (García Bonilla, 2021).

Lineamientos Metodológicos:

1. Selección de Participantes: Se llevará a cabo una selección intencionada de los gerentes de diversas PYMES en la Zona 3 del Ecuador. Esta elección se fundamentará en la representación de diversos sectores y tamaños de empresas, garantizando una visión integral del panorama empresarial (Herrera Díaz., 2018).

2. Objetivos Definidos: Las preguntas propuestas en la entrevista se han concebido con el propósito de recopilar información relevante acerca de los elementos que inciden en la competitividad de las PYMES, abarcando temas como crecimiento, recursos disponibles, estrategias y alianzas, entre otros (Malhotra, 2008).

3. Proceso de Aplicación: La entrevista se llevará a cabo mediante modalidades presenciales o virtuales, en función de las preferencias de los participantes. Se procurará establecer un entorno de confianza y comodidad para fomentar respuestas sinceras y enriquecedoras (Maldonado-Escandón, A., Patiño-Patiño, S., & Chiriboga-Mendoza, F., 2019).

4. Consideraciones Éticas: Los participantes serán informados de manera transparente sobre el propósito y naturaleza de la entrevista, asegurándoles la confidencialidad y el uso adecuado de la información recopilada (Díaz Muñoz, Quintana Lombeida, & Fierro Mosquera, 20021).

5. Análisis de Datos: Las respuestas obtenidas se someterán a un análisis cualitativo profundo, con el objetivo de identificar patrones, tendencias y elementos comunes que inciden en la competitividad de las PYMES. Estos hallazgos contribuirán a enriquecer la comprensión global de los Indicadores de Competitividad en esta región (Yuni, & Urbano., 2006).

6. Relación con la Finalidad de la Investigación: La entrevista se alinea de manera precisa con el propósito de obtener perspectivas directas de los líderes empresariales en el contexto de las PYMES. Esto contribuirá significativamente al análisis integral de los factores que ejercen influencia en su competitividad (Tovar Posso & Muñoz Martínez, 2019).

La información derivada de esta entrevista constituirá un elemento fundamental para enriquecer y complementar la investigación, brindando una voz directa desde aquellos que

conducen y gestionan estas empresas. De esta manera, se contribuirá a construir un retrato más completo y detallado de los Indicadores de Competitividad de las PYMES en la Zona 3 del Ecuador.

3.22.1 Recopilación de los datos.

Al realizar una investigación cualitativa los sujetos entrevistadores deberán realizar las preguntas del cuestionario, e incorporar datos adicionales que se mantendrán durante la entrevista (López, 2004).

3.22.2 Población y muestra.

Para poder cumplir con los objetivos esperados en este trabajo, se debe determinar el nivel de conocimiento y aplicación de los administradores de las PYMES, del Ecuador utilizado en la vida diaria de la empresa (López, 2004).

Tabla 15 Estructura de PYMES por sector económico.

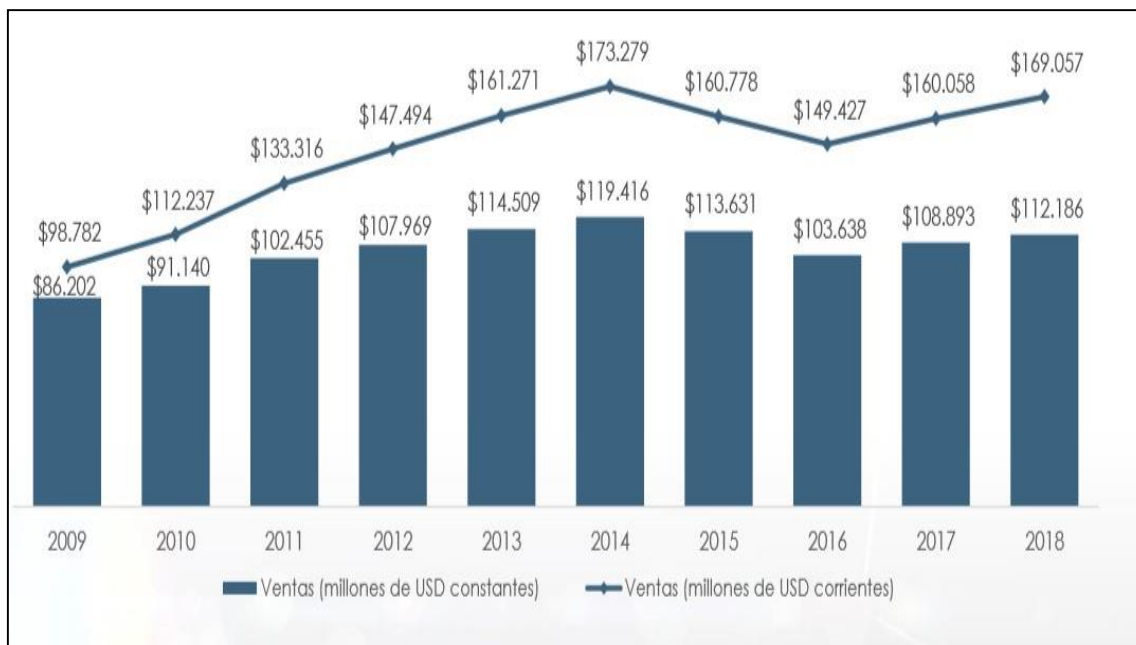
SECTOR ECONÓMICO	N.º de EMPRESAS
Servicios	383.582
Comercio	314.127
Agricultura y ganadería	93.336
Industrias Manufactureras	75.364
Construcción	30.826
Explotación de minas y canteras	1.973
Total	899.208

Nota: Elaboración propia en base a datos del INEC 2018

Como se observa en la Tabla 15 que a nivel del sector económico los Servicios es el mayor número de empresa que agrupan esta actividad, se incluyen las siguientes actividades: suministro de electricidad, gas y vapor; agua, alcantarillado, derechos y saneamiento; transporte y almacenamiento; servicios de alojamiento y comidas; actividades financieras y de seguros; actividades inmobiliarias; actividades profesionales, científicas y técnicas; servicios administrativos y de apoyo; administración pública y defensa; educación; salud humana y asistencia social; artes, entretenimiento, notando un incremento importante en el

número de empresas si se compara con los datos del 2014 que arrojaba un total de PYMES de 843.745

Figura 6 Evolución de ventas en millones de dólares corrientes y constantes de 2009, período 2018



Nota: INEC-DIEE-2018

Comprende las ventas totales que las empresas del universo y directorio de establecimientos (DIEE) registraron en su declaración al SRI, en el período 2009 - 2018. Las ventas en millones de dólares constantes se utiliza el Deflactor Implícito del PIB del BCE (Senplades, 2012).

Tabla 16 Venta en millones de USD de las PYMES

Tamaño de la empresa	Venta en (millones uso)
Grande Empresa	121.675
Pequeña empresa	19.091
Mediana empresa "B"	16.315
Mediana empresa "A"	10.401
Microempresa	1.574
Total	169.056

Nota: Elaboración a partir de los datos de INEC-DIEE 2019

El mayor volumen de ventas se evidencia en la gran empresa, comprende el universo total de 169.056 millones que refleja, que aún en las PYMES hace falta analizar los factores determinantes del crecimiento para avanzar y proyectar en forma planificada con el objetivo de incrementar las ventas en este sector (Ron Amores & Sacoto Castillo, Las PYMES ecuatorianas: su impacto en el empleo como contribución del PIB PYMES al PIB total, 2017).

Tabla 17 Ventas totales según participación

Tamaño de empresa	Ventas Totales	% Total
Total	169.450.528.438	100,00%
Grande empresa	122.529.087.391	72,31%
Pequeña empresa	18.557.713.504	10,95%
Mediana empresa "B"	16.454.484.531	9,71%
Mediana empresa "A"	10.375.559.844	6,12%
Microempresa	1.533.683.168	0,91%

Nota: Directorio de Empresas - DIEE 2019

Para la determinación de la población se tomaron una muestra de 378 empresas PYMES de un total de 25.766 de la Zona 3 del Ecuador, se analizó algunas características en común como Servicios, Comercio, Agricultura y ganadería, Industrias Manufactureras, construcción, Explotación de minas y canteras (INEC, 2016).

La muestra se considera como el conjunto de elementos tomados de la población desde la estadística probabilística o no probabilística, (López P. L., 2004) en la presente investigación se tomará el universo de la pyme activa de la Zona 3 conformado por las 4 provincias centrales que son Tungurahua, Pastaza Cotopaxi y Chimborazo (Sánchez P. , 2020).

Tabla 18 Población PYMES de las provincias que integran la Zona 3

Provincias Zona 3	Población
Chimborazo	4.985
Tungurahua	11.671
Cotopaxi	7.787
Pastaza	1.323
TOTAL	25.766

Nota: Población provincias Zona 3 – SRI 2020

Con los datos que anteceden y al ver que es una población extensa se procedió con la aplicación de un muestreo probabilístico, este muestreo se trata de obtener grupos homogéneos para una muestra confiable y representativa (López, 2004).

N=Población =25766

n=Tamaño de la muestra

e=error de la muestra =0,05(5%)

p=Probabilidad de ocurrencia = 0,5

q=Probabilidad de no ocurrencia =0,5

z = Nivel de confianza 95% = 1,96

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

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 25766}{0,05^2 * (25766 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,84 * 0,25 * 25766}{0,0025 * (25765) + 3,84 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 378,37$$

Total, encuestas= 378

3.22.3 Muestra.

Para focalizar las encuestas se ha aplicado una regla de tres y se ha tenido en cuenta el porcentaje de PYMES de cada provincia de la Zona 3, tal y como se muestra en la siguiente tabla. 22 (López, 2004).

Tabla 19 *Muestra de encuestas por provincias que integran la Zona 3*

Provincias Zona 3	Porcentaje	Número
Tungurahua	40%	151
Chimborazo	29%	101
Cotopaxi	24%	91
Pastaza	7%	35
TOTAL	100%	378

Nota: Población provincias Zona 3 – SRI 2017

3.22.4 Procesamiento de datos.

Los resultados de la entrevista fueron analizados en forma detallada, con la finalidad de esclarecer los objetivos que promovieron la investigación, ya que el diseño del cuestionario de 20 preguntas (anexo 2) fue elaborado para satisfacer la necesidad y alcanzar los objetivos ya sean generales y/o específicos (Pacheco, 2020).

El procesamiento de datos en esta investigación se llevará a cabo utilizando la herramienta estadística IBM SPSS, que proporciona una plataforma robusta para analizar y modelar los datos recopilados. Los datos de la encuesta, que incluyen respuestas en la escala de Likert, serán ingresados y organizados en el software. Se aplicarán diversas técnicas estadísticas, como análisis descriptivo, regresión logística, análisis de correlación y pruebas de hipótesis (Merino & Díaz Ruiz, 2006).

El proceso de análisis comenzará con un análisis descriptivo para examinar la distribución de las respuestas y calcular medidas de tendencia central y dispersión. Luego, se aplicarán técnicas de regresión logística para evaluar la relación entre las variables independientes y la variable dependiente, como la competitividad de las PYMES. El uso de modelos como el Probit y la regresión múltiple permitirá identificar factores determinantes y significativos que afectan la competitividad (Merino & Díaz Ruiz, 2006).

Además, se emplearán pruebas de hipótesis como la Prueba de Wald y análisis de varianza (ANOVA) para evaluar la significancia de los coeficientes y comparar grupos de variables. Se calcularán índices de ajuste como R cuadrado de Cox y Snell y R cuadrado de Nagelkerke para evaluar la calidad del modelo (Merino & Díaz Ruiz, 2006).

La herramienta SPSS facilitará la generación de resultados tabulares y gráficos que ayudarán a interpretar los hallazgos de manera visual y objetiva. Los resultados obtenidos permitirán validar las hipótesis planteadas y brindarán una comprensión detallada de los factores que influyen en la competitividad de las PYMES en la Zona 3 del Ecuador (Merino & Díaz Ruiz, 2006).

Aquí se propone analizar en profundidad los Indicadores de Competitividad de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) en la Zona 3 del Ecuador. Para alcanzar este objetivo, se ha implementado una metodología rigurosa que abarca distintas etapas de recolección y análisis de datos, todas ellas orientadas a comprender los factores determinantes que influyen

en la competitividad de estas empresas en la región.

Una de las estrategias clave en esta investigación es la realización de entrevistas a los gerentes de las PYMES en la Zona 3. Esta entrevista se compone de 20 preguntas específicas diseñadas para obtener información directa y valiosa desde la perspectiva de quienes lideran y gestionan estas empresas (véase el Anexo 2). La selección intencionada de los participantes garantiza una representación diversificada de sectores y tamaños de empresas, permitiendo así capturar una panorámica integral.

Tras la obtención de los datos a través de las entrevistas, se procedió a un procesamiento y análisis mediante el uso de la herramienta estadística IBM SPSS. Esta fase se centrará en examinar en detalle las respuestas proporcionadas por los gerentes de las PYMES, identificando patrones, tendencias y conexiones significativas entre los factores discutidos y la competitividad empresarial. Los resultados obtenidos a partir de este análisis cualitativo contribuirán a la comprensión más profunda de los Indicadores de Competitividad en la región.

La sección "Nivel de competitividad de las PYMES a partir del análisis de factores determinantes" será el espacio donde los hallazgos derivados de esta investigación se presentarán de manera sistemática y organizada. A través de este análisis, se pretende arrojar luz sobre los elementos clave que impactan en la competitividad de las PYMES en la Zona 3 del Ecuador y proporcionar una visión informada y completa sobre su situación actual.

CAPÍTULO IV

4 RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

El resultado de los datos obtenidos, en la investigación muestran 10 factores determinantes en las PYMES de la Zona 3 del Ecuador. Cada uno de estos en particular muestra la estructura y características que influyen en las empresas, en sus actividades comerciales, las cuales mejoran la capacidad, desarrollo y crecimiento.

4.1 Resultado del análisis de los factores determinantes para la medición del nivel de las PYMES.

Para el cumplimiento de los objetivos específicos del estudio, los cuales giran en torno a la identificación de factores determinantes para medir la competitividad de las PYMES en la Zona 3 del Ecuador. Es fundamental evaluar cada paso y avanzar en la dirección correcta actualizando los equipos, innovando, buscando nuevos mercados y potenciando el crecimiento individual. Sin duda, el tamaño importa, pero el crecimiento rápido es difícil. Hay una solución viable: ser competitivo. Por ello, es fundamental conocer la situación tanto de la propia PYME como de las demás para que sean competitivas. Disponer de un buen diagnóstico es esencial a la hora de abordar nuevas decisiones de inversión.

Se parte de la propuesta del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), que considera a los elementos: los logísticos, organizacionales y productivos, factores que permitan explorar las variables que definan o determinen la competitividad de las PYMES (Kirby, C., & Brosa, N., 2011).

Los elementos considerados son:

1. Modelo de redacción de preguntas,
2. Medidas de competencia en torno a las métricas organizativas y productivas,
3. Diferenciadores de los indicadores,
4. Valoración de las variables mediante la escala Likert, (Es una herramienta para la medición que, a diferencia de las preguntas dicotómicas con respuesta sí/no, permite medir comportamientos y determinar el grado de acuerdo de la muestra con alguna afirmación propuesta) (Vargas, Gautama, 2022).

Según las conceptualizaciones de los autores, cuyo trabajo se centra en la propuesta y medición de los factores, en su herramienta diseñada para la medición de la competitividad, se procedió a la adecuación de las variables u factores acorde a nuestros objetivos específicos planteados. En esta parte hay que resaltar que los autores brindan una propuesta novedosa que es de gran aporte al estudio, las variables o indicadores adaptados de esta propuesta son:

1. Recursos estratégicos para la competitividad de las PYMES
2. Medidas de competitividad,
3. Servicio al cliente,
4. Planificación estratégica,

Refiriéndose al párrafo anterior estas son las variables consideradas para el levantamiento de la información a través de la adaptación de la herramienta con la finalidad de determinar los factores que determinan la competitividad de las PYMES de la Zona 3 Ecuador. En la Tabla 20 se detalla las variables o factores que se consideran determinantes para medir la competitividad según sustento bibliográfico.

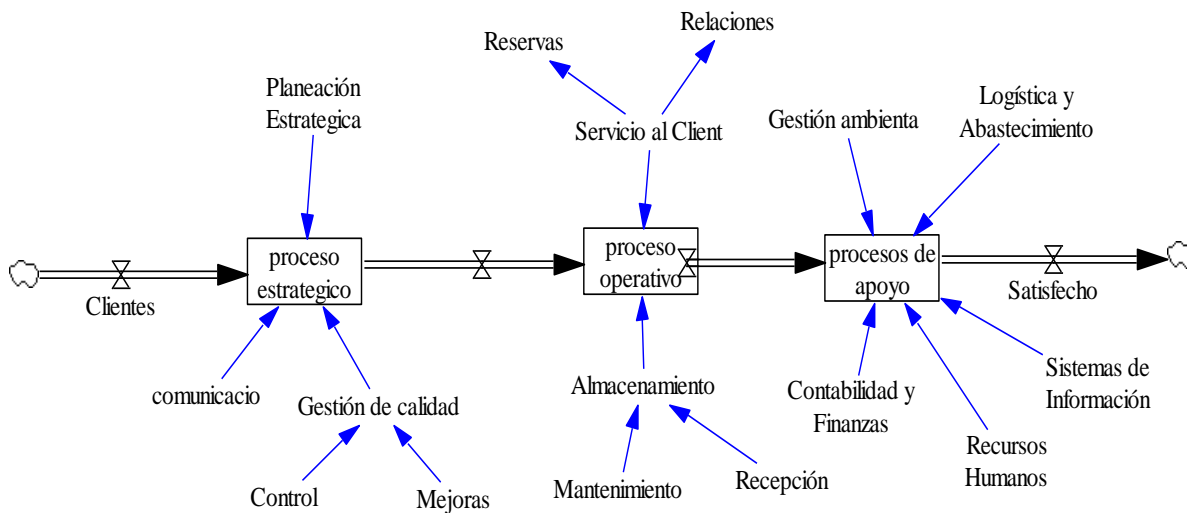
Tabla 20 Factores determinantes por autores.

FACTOR DETERMINANTE	AUTOR
Planificación estratégica	(Saavedra García, 2012); (Rubio Bañón & Aragón Sánchez, 2006) Millán García & Gómez Díaz
Aprovisionamiento y Logística	(Laboral KUTXA, 2016); (Millán García & Gómez Díaz, 2018)
Calidad	(Saavedra García, 2012); (Rubio Bañón & Aragón Sánchez, 2006)
Marketing y Ventas	(Saavedra García, 2012); (Rubio Bañón & Aragón Sánchez, 2006)
Servicio al Cliente y Operaciones	(Millán García & Gómez Díaz, 2018);
Contabilidad y Finanzas	Saavedra García, 2012, (Laboral KUTXA, 2016); (Millán García & Gómez Díaz, 2018)
Talento humano	Saavedra García, 2012, (Laboral KUTXA, 2016); (Millán García & Gómez Díaz, 2018)
Gestión Ambiental	Saavedra García, 2012; (Millán García & Gómez Díaz, 2018)
Sistemas de Información	Saavedra García, 2012; (Millán García & Gómez Díaz, 2018)
Desarrollo e Innovación	(Laboral KUTXA, 2016); (Millán García & Gómez Díaz, 2018)

Nota: elaboración propia, basado la propuesta del BID.

Una vez determinado las variables se procede a la construcción de la herramienta para la cual se toma como base el mapa de procesos estructural de funcionamiento a continuación en la figura 7 se expone los procesos.

Figura 7 Mapa de procesos.



Nota: elaboración propia

Definido el mapa de proceso, se procede a enlistar en un cuadro el desglose de los factores apoyados en el contexto bibliográfico y del criterio del investigador.

Tabla 21 Indicadores de los factores determinantes.

PROCESO	FACTOR DETERMINANTE	INDICADORES DE COMPETITIVIDAD
PROCESOS ESTRATÉGICOS	Planificación sobre una base estratégica	La planificación sobre una base estratégica La ejecución de las estrategias
	Aprovisionamiento y Logística	Aprovisionamiento y logística Compras y distribución Registro interno Externalidad lógica
	Calidad	Sistema de gestión de la calidad
PROCESOS OPERATIVOS	PROCESOS OPERATIVOS	Reserva, Relaciones Mantenimiento
	Servicio al Cliente y Operaciones	Almacenamiento
PROCESOS DE APOYO	Contabilidad y Finanzas	Contabilidad y costos Administración de fondos normas legales y fiscales
	Talento Humano	Gestión del talento humano cultura de la organización
	Gestión Ambiental	Políticas Administración del desperdicio Concientización
	Sistemas de Información tecnológica	Concientización Sistemas de información técnica Requisitos
	Desarrollo e Innovación	Desarrollo e Innovación Comercialización y Operación

Nota: elaboración propia a partir de la revisión bibliográfica.

La herramienta se construye a partir de las preguntas, y se puntúa de 1 a 5, según la escala de Likert, de nivel bajo a nivel alto, respectivamente.

4.2 Procedimiento sistemático para las PYMES en la recolección de la información.

Al existir poca información sobre las empresas de la Zona 3, se procedió por determinar la cantidad de PYMES, existente y la cantidad de empleados que la conforman.

La información inicial de las empresas establecidas en la Zona 3 y que está conformado por las provincias de Tungurahua, Cotopaxi, Chimborazo y Pastaza, se tomó del censo económico 2010 realizado por el INEC, en la que se muestra que en la Zona hay alrededor de 1.562 PYMES que ejercen su actividad económica de manera legal.

A partir de esta información, por medio del SRI, (Sistema de rentas internas), se realizó la consulta para determinar si estas empresas están registradas o no y proceder al levantamiento de la información importante para el desarrollo de la investigación; a partir de este proceso, se identificaron 86 empresas que cumplían el número de empleados requerido para ser clasificadas como pequeñas o medianas empresas.

Con el proceso de validación de la información se continua con el paso siguiente que es el trabajo de campo, el que consto con dos escenarios el presencial para la aplicación de la herramienta a trabajadores y administradores de cada empresa y previo a eso el contacto telefónico para corroborar la información obtenida.

4.3 Escala de Niveles de Competitividad para PYMES.

Los resultados que se detallan a continuación responden a los objetivos planteados:
Caracterización de los factores que determinan la competitividad de las PYMES:

1. Nivel de competitividad en las pequeñas empresas, evaluado a partir de los indicadores específicos de cada factor determinante.
2. El nivel de competitividad en las medianas empresas, evaluado a partir de los indicadores específicos de cada factor determinante.

NIVEL COMPETITIVO	DEFINICIÓN
Bajo (1)	El nivel 1: Se considera que dentro de la organización no existen modelos estratégicos de negocio o estos no se implementan de forma eficiente, lo que lleva a la no implementación de estrategias competitivas que afectan al crecimiento del negocio.
Bajo- Medio (2)	Nivel 2: Cuando estas estén en procesos de implementar procesos y metodologías que les permitan evaluar la mejora continua de sus procesos y actividades.
Medio 3	Nivel 3: Aquí sale a flote el interés por aplicar los modelos estratégicos que los impulsen a ser competitivos, topándose con la falta de insumos y recursos.
Medio – Alto (4)	Nivel 4: Muestran un escenario que en las empresas cuentan con modelos documentados e implementados de negocio de manera adecuada, aseguran constantemente la mejora continua de sus procesos por el acompañamiento estrategias competitivas que se han llevado a cabo con la ayuda de investigaciones específicas del sector.
Alto (5)	El nivel 5: Es el escenario donde las PYMES para su operatividad cuentan instaurados y aplicados procesos y modelos de negocio, con sus respectiva documentación y comunicación o socialización, en cada una de las unidades y a sus respectivos personales técnicos y operativos con sus actualizaciones periódicas,

Nota: elaboración propia, basado en el sustento bibliográfico.

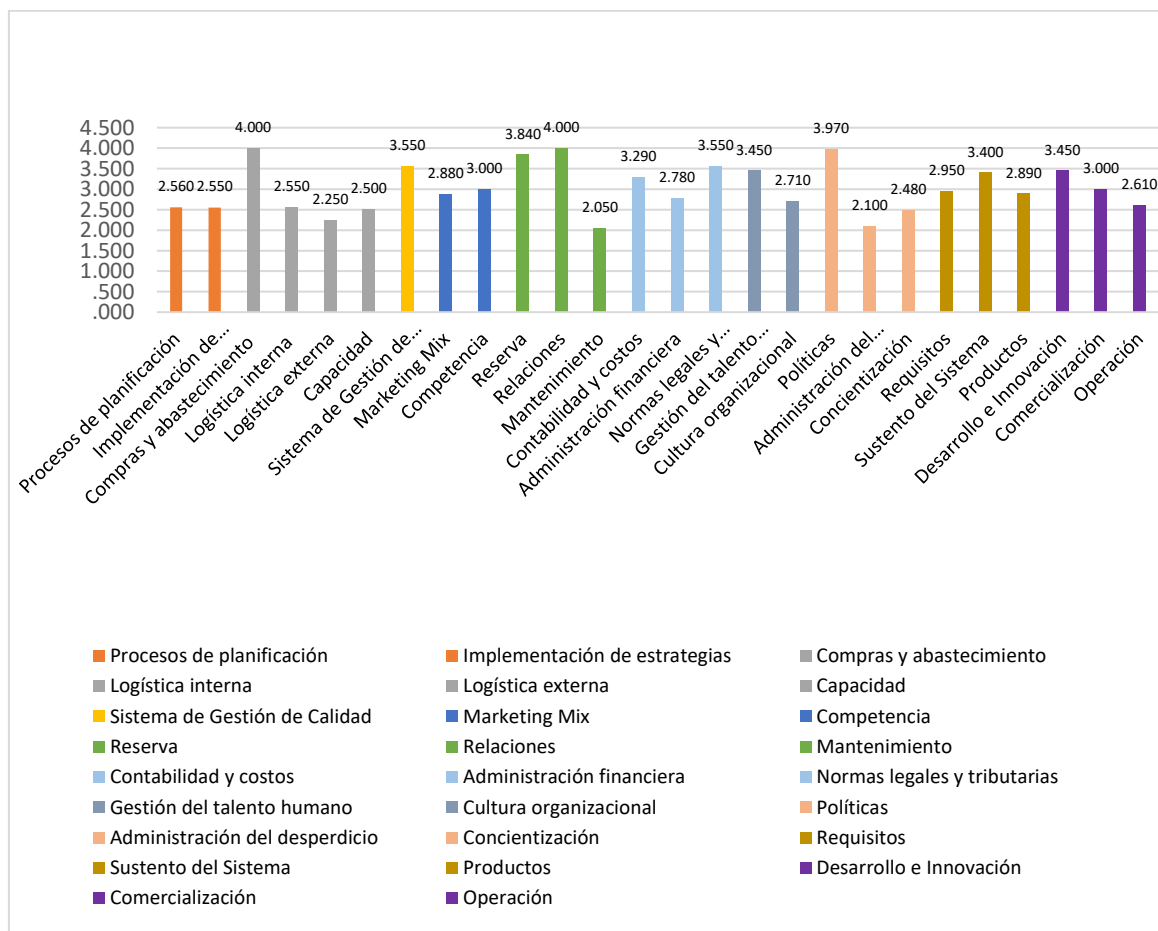
4.3.1 Nivel de competitividad de las PYMES a partir del análisis de factores determinantes.

Se cumple con lo planteado en el objetivo general, “**Establecer los factores determinantes del crecimiento empresarial en base al análisis de las PYMES de la Zona 3 del Ecuador**”, los resultados obtenidos respecto a los factores que determinan la Competitividad de las Pequeñas y Medianas empresas de la Zona 3 de Planificación.

Por consiguiente, se realiza el análisis de los Factores Determinantes de la competitividad propuestos, y del mismo modo, se tienen en cuenta la ponderación de sus respectivos indicadores.

En la Figura 8 se muestra los aportes de cada factor con su respectivo indicador de los factores determinantes; con el propósito de demostrar el nivel competitivo de las PYMES.

Figura 8 *Indicadores de Competitividad de las PYMES*



Nota: Investigación propia

El aprovisionamiento y la logística en las PYMES es un factor determinante, ya que las compras y el abastecimiento se torna muy importante, aunque en muchas veces sin una planificación establecida, sino más bien por aprovechar algún tipo de oportunidad de los proveedores.

En una segunda escala se puede apreciar que las PYMES se enfocan en un buen servicio al cliente, ya que de eso dependerá el futuro y el movimiento de producción y/o servicio que realizan, se resalta que esta actividad es muy positiva en la actuación de las PYMES. Para complementar, se expone la tabla con resultados consolidados de resultados de cada uno de los indicadores que ayudan a determinar los factores competitivos.

Tabla 23 Nivel de Competitividad por Indicadores

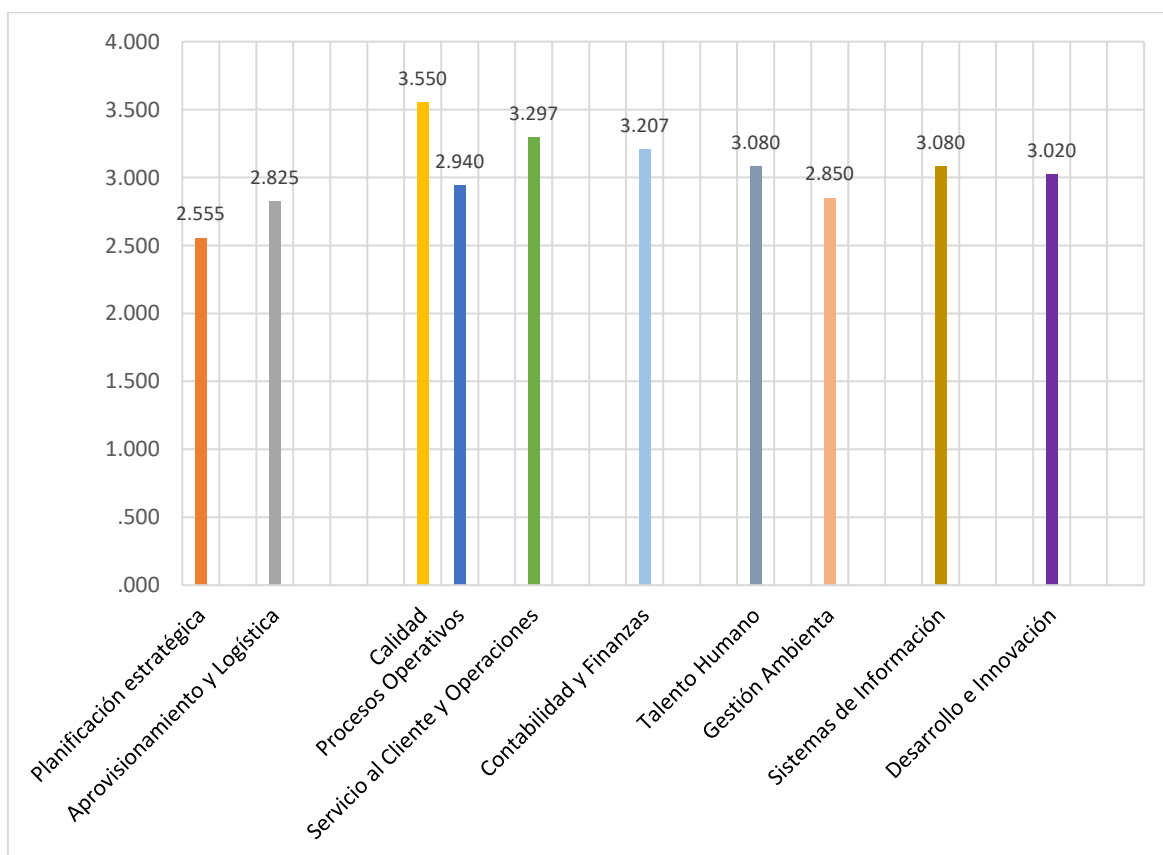
FACTOR DETERMINANTE	INDICADORES DE COMPETITIVIDAD	NIVEL COMPETITIVO
Planificación estratégica (PE)	Procesos de planificación	2.56
	Implementación de estrategias	2.55
Aprovisionamiento y Logística (AL)	Compras y abastecimiento	4.00
	Logística interna	2.55
	Logística externa	2.25
Calidad (C)	Capacidad	2.50
	Sistema de Gestión de Calidad	3.55
PROCESOS OPERATIVOS (PO)	Marketing	2.88
	Competencia	3.00
Servicio al Cliente y Operaciones (SC)	Reserva	3.84
	Relaciones	4.00
	Mantenimiento	2.05
Contabilidad y Finanzas (CF)	Contabilidad y costos	3.29
	Administración financiera	2.78
	Normas legales y tributarias	3.55
Talento Humano (TH)	Gestión del talento humano	3.45
	Cultura organizacional	2.71
Gestión Ambiental (GA)	Políticas	3.97
	Administración del desperdicio	2.10
	Concientización	2.48
Sistemas de Información (SI)	Requisitos	2.95
	Sustento del Sistema	3.40
	Productos	2.89
Desarrollo e Innovación (DI)	Desarrollo e Innovación	3.45
	Comercialización	3.00
	Operación	2.61
PROMEDIO PONDERADO		3.01

Nota: Investigación propia

Con este resultado se llega a inferir que en las PYMES de la Zona 3 de un total de 26 indicadores, 10 se ubican en un nivel Medio - Alto y 4 tienen un Alto, existe un nivel de competitividad medio.

Este criterio conduce al resultado final de los Factores que Determinan el Nivel de Competitividad de las PYMES, que se calcula y expresa en base a la media de cada uno de sus indicadores. Ver Figura 11.

Figura 9 Representación de los Factores Determinantes de Competitividad.



Nota: Investigación propia

Los Factores que determinan la Competitividad en las PYMES, como se determinó en el análisis interior, se sitúan en el Nivel Medio-Alto y reciben una puntuación media de 3,10 en su Nivel de Competitividad.

Es importante señalar que la entrevista consta de 20 preguntas, lo que significa que cada una representa el 2,08% de la herramienta. En consecuencia, cada indicador tiene un número diferente de preguntas, lo que afecta a su valor porcentual y, a su vez, a los factores que

influyen en él. A continuación, se presenta la tabla que resume los resultados por factor determinante y el resultado medio.

Tabla 24 Nivel Competitivo por Factores que determina la competitividad de las PYMES.

FACTOR DETERMINANTE	NIVEL COMPETITIVO
Planificación estratégica	2.56
Aprovisionamiento y Logística	2.83
Calidad	3.55
Procesos Operativos	2.99
Servicio al Cliente y Operaciones	3.30
Contabilidad y Finanzas	3.21
Talento Humano	3.08
Gestión Ambiental	2.85
Sistemas de Información tecnológica	3.08
Desarrollo e Innovación	3.02

Nota: Investigación propia

4.3.2 Análisis FODA

Al considerar la tabla anterior, se procede a realizar un análisis sobre las debilidades y fortalezas que presentan las PYMES por cada factor expuesto como determinante en la herramienta adaptada y aplicada en nuestro medio. Para ello se plantea realizar a través del nivel competitivo de cada factor determinante, al evaluar los indicadores que los representa.

Tabla 25 Planificación Estratégica en las PYMES

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	
Debilidades	Fortalezas
Muy pocas PYMES poseen un modelo estratégico de negocios que no es divulgada ni aplicada en la organización.	Establecen objetivos y metas específicas,
No analizan frecuentemente a los clientes y proveedores de su entorno de mercado.	Parcialmente asignan recursos para la planeación de su producto o servicio.
Crean estrategias competitivas empíricas, sin considerar las buenas prácticas manufactureras.	El personal se adapta a los objetivos que se crean según la demanda del mercado.
No hay implementado indicadores de seguimiento y monitoreo de las estrategias que se plantean.	Los empleados de la PYMES están dispuestos a generar cambios que les signifique rentabilidad.

Nota: Investigación propia

En este proceso, sale a flote que las principales debilidades de las PYMES, es que funcionan sin contar con modelo estratégico administrativo y por ende recae en una falencia comunicacional que son fundamentales en el proceso productivo. Esto también lleva a sospechar que, en las PYMES, carecen de estrategias de negocios o estas no son socializadas. Lo relevante es la apertura por parte de los empleados están dispuestos a los cambios dándole así una ventana a mejorar y poder implementar estrategias que los lleve a un cambio y ser competitivas y productivas.

Tabla 26 *Aprovisionamiento y Logística de las PYMES.*

APROVISIONAMIENTO Y LOGÍSTICA	
Debilidades	Fortalezas
Se establecen en sitios no consolidados para realizar sus actividades industriales, lo que limita el acceso al servicio de transporte.	Cuentan con criterios estratégicos y operativos en la compra de su materia prima e implementos de su infraestructura.
No establecen la situación actual de la oferta y demanda de producto.	Cuentan con convenios con sus proveedores de la materia prima.
No existe una cadena de valor del producto.	Cuentan con espacio estructural para el aprovisionamiento y almacenamiento de sus productos.
	Las empresas están territorialmente ubicadas en el centro del país lo que reduce costos de trasportación al repartir sus productos.
	Acceso vial de conectividad en estado bueno para comercializar con provincias vecinas.

Nota: Investigación propia

Queda en evidencia que el aprovisionamiento y logística de las PYMES es la ubicación estratégica territorial mas no la ubicación de funcionamiento, por lo que causa un problema con los clientes que antes de realizar un negocio prefieren conocer las instalaciones.

Tabla 27 *Calidad de las PYMES*

CALIDAD	
Debilidades	Fortalezas
No realiza el monitoreo, seguimiento y	Cuenta con un sistema de calidad básico.

evaluación de su producción.

No trabajan con mapa de procesos por lo que no se define roles y funciones en sus empleados.	Reconocimiento de los clientes, en la calidad de sus productos de mejora.
--	---

Nota: Investigación propia

En torno a la calidad de los productos de las PYMES de la Zona 3, tienen un reconocimiento de calidad por parte de sus clientes, aun sin contar con estrategias de mejora continua, ya que su sistema de calidad no apercibido porque no está presente en todos sus procesos.

De manera notoria se determina la no existencia o aplicabilidad del manejo productivo mediante la aplicación de un sistema concatenado de producción, porque no se utiliza procesos de calidad, ni tampoco se evidencia como se articulan entre lo organizacional y productivo.

Tabla 28 *Marketing y Ventas de las PYMES*

MARKETING Y VENTAS	
Debilidades	Fortalezas
Para el ingreso de un producto en el mercado no realizan investigación de mercados, lo que los lleva a improvisar y mezclar la oferta y demanda de su producto en los distintos mercados a su producto.	Conocen los segmentos y participación de su producto en el mercado de manera empírica o porque ya se ha posicionado en el tiempo.
No consideran información de sus competidores en cuanto a calidad, fuerza en ventas y precios, lo que limita a su crecimiento y rentabilidad.	

Nota: Investigación propia

Las PYMES de la Zona 3, no han explotado la herramienta del marketing como la opción para lograr un crecimiento en la compañía, esto se concluye por la evidencia que no investigan la fluctuación de la demanda y oferta del mercado, lo cual es fundamental para ser competitivos y mantenerse en el mercado según los cambios que este ocasiona.

Tabla 29 *Servicio al Cliente y Operaciones de las PYMES*

SERVICIO AL CLIENTE Y OPERACIONES	
Debilidades	Fortalezas
Las condiciones de las infraestructuras para la recepción de sus clientes no son óptimas.	El personal de ventas posee autonomía para sellar contratos de compra o venta (es el mismo gerente o administrador).
No cuentan con plataformas informáticas para que este pueda conocer previamente su producto y hacer reservas, compras o pagos en línea de manera confiable.	Cuentan con servicios de recepción y muestrario de productos, con atención ágil a clientes.
	Cuentan con un servicio eficiente de seguridad interna y externo.

Nota: Investigación propia

Las PYMES de la Zona tres en su mayoría cuentan con espacios óptimos para mostrar sus productos a los clientes, lo que refleja la poca o nula inversión sobre el posicionamiento de la empresa.

Tabla 30 *Contabilidad y finanzas*

CONTABILIDAD Y FINANZAS	
Debilidades	Fortalezas
No generan análisis financiero completo, lo que afecta a la toma de decisiones.	Poseen sistemas tecnológicos contables actualizados
No establecen acciones correctivas en la planificación de los estados financieros y presupuestos.	Realizan planificación financiera a corto y mediano plazo, acorde a la necesidad del mercado.
No invierten los excedentes en la mejora administrativa o infraestructura de su empresa.	Conocen la rentabilidad que genera su producto o servicio.
No aplican normativas internacionales NIIF	Realizan los pagos tributarios acorde a la ley establecida.

Nota: Investigación propia

Las PYMES de la Zona 3, cuenta con información de sus análisis financieros, que no son consideradas en la toma de decisiones por lo que en caso de contar con falencias no realizan los correctivos a tiempo.

Tabla 31 *Talento Humano de las PYMES*

TALENTO HUMANO	
Debilidades	Fortalezas
No se documenta la medición del clima laboral,	Cuentan con fuerza laboral capacitada y en promedio de edad jóvenes.
No hay política que define un orgánico funcional y la asignación de roles y funciones del personal.	Existencia de una predisposición a capacitarse e incursionar en estrategias productivas más eficientes.
No se ha implementado indicadores que midan el desempeño.	La selección del personal se realiza acorde a la necesidad y competencia del puesto. Inducción y la capacitación al personal contratado que laboral en las empresas se realizan de manera formal.

Nota: Investigación propia

En lo que tiene que ver a la administración del talento humano, de las PYMES, se presenta un escenario variado de oportunidades para ser explotado eficientemente, que pasa hacer el principal la implementación y documentación del sistema de mejora continua y medición del clima laboral.

Tabla 32 *Gestión Ambiental de las PYMES.*

GESTIÓN AMBIENTAL	
Debilidades	Fortalezas
No cumplen con las obligaciones y permisos de ley para el cumplimiento de las normas ambientales.	Minimizan el consumo de las energías, recurso hídrico y materias primas contaminantes mediante procesos y el reciclaje empírico.
Desconocimiento de riesgos e impactos ambientales.	

Nota: Investigación propia

Las falencias entorno a la Gestión ambiental, por las PYMES, es el desconocimiento de ley entorno a los permisos ambientales que por ley deben contar para su funcionamiento.

Tabla 33 *Sistemas de Información de las PYMES.*

SISTEMAS DE INFORMACIÓN	
Debilidades	Fortalezas
El sistema de tecnológicos y de información no ayuda a la actualización de los módulos productivos.	El registro de la información en el sistema productivo, almacenamiento y ventas son compatibles y fáciles de manejar.
El sistema de información tecnológica no está diseñado acorde a la realidad empresarial pues son de diferente marca.	La información generada es confiable, oportuna y útil. La actualización de los sistemas informáticos es actualizable según la dinámica del negocio o registro empresarial.

Nota: Investigación propia

Los errores en los sistemas informáticos son visibles, debido a su arquitectura está diseñada e implementada por diferentes marcas lo que le dificulta la modernización o actualización de sus equipos y maquinaria.

Tabla 34 *Desarrollo e Innovación de las PYMES*

DESARROLLO E INNOVACIÓN	
Debilidades	Fortalezas
La innovación no se considera de vital importancia para la supervivencia en el mercado.	La innovación es incorporada empíricamente en los procesos de productivos y organización.
La implementación de tecnologías es bastante limitada	La metodología innovadora es replicada de manera improvisada.

Nota: Investigación propia

La falencia en la innovación es visible, pues se considera no ser de mucha importancia en la inversión en este tema para sobresalir y sobrevivir en el mercado.

Tabla 35 Rango Competitivo de las PYMES

RANGO DE			
COMPETITIVIDAD	EMPRESAS	EMPRESAS	PORCENTAJE
Alta	5	5	6%
Media - Alta	4	54	15%
Mediana	3	18	40%
Media - Baja	2	11	39%
Baja	1	0	0%
Total	88		100%

Nota: Investigación propia

El nivel de competencia puede visualizarse en un mapa o radar, evaluando cada uno de los factores en una escala; en este caso, como ya se ha dicho, el nivel de competencia se mide de 1 a 5, siendo 1 el más bajo y 5 el más alto. El mapa de competitividad de las PYMES El nivel de competencia puede visualizarse en un mapa o radar, evaluando cada uno de los factores en una escala; en este caso, como ya se ha dicho, el nivel de competencia se mide de 1 a 5, siendo 1 el más bajo y 5 el más alto.

4.3.3 El mapa de competitividad

El mapa de competitividad de las PYMES de la Zona 3, se presenta en la Figura 12, donde se visualiza que 4 de los factores competitivos evaluados están en un rango medio alto y tiene que ver con la calidad, servicio al cliente, contabilidad y finanzas, talento humano, en un nivel medio lo sistemas de información tecnológico, procesos operativos y aprovisionamiento y logística, en el nivel medio bajo están la planificación estratégica y el aprovisionamiento y logística.

Figura 10 Mapa de Competitividad de las PYMES



Nota: Investigación propia

4.3.4 Modelo logístico.

4.3.5 Variables Significativas que determina la competitividad de las PYMES.

Con el fin de separar y clasificar los factores internos y externos que determinan la competitividad empresarial de las PYMES, se realiza el análisis de regresión logística, el cual se plantea el siguiente modelo:

Variable dependiente

- a) Como percepción de competitividad,

Variables independientes:

- b) Modelo que incluye los activos tangibles e intangibles y las variables de control significativas como aplicación de PROCESOS ESTRATÉGICOS,
- c) el tercero comprende el recurso humano y las variables de control significativas PROCESOS OPERATIVOS,
- d) el cuarto considera los PROCESOS DE APOYO y las variables de control significativas,

Se parte del marco teórico, en la que se consideración de la interacción entre las variables con el supuesto de ser independientes en el aporte de la competitividad

empresarial, por lo que se procede, a incluyen en el modelo todas las variables seleccionadas.

4.3.6 Análisis de la investigación cuantitativa y regresión logística.

Parte del análisis descriptivo de los empresarios y de las empresas, y un análisis de los factores que inciden en el dinamismo de las PYMES para ser consideradas como competitivas, así como la ejecución de un modelo de regresión logístico para determinar la dependencia o independencia de estas en el funcionamiento de las PYMES.

4.3.7 Características Generales de las PYMES.

El 73.5% de las PYMES son establecidas y el 26.5% son nuevas. Se toma en cuenta el tamaño por el número de empleados, el determinante común de clasificación es pequeñas en un 76.4% y en un 23.6% son medianas pues en promedio el número de empleados bordea las 50 personas. Gran parte, se encuentra en los sectores industria manufacturero con el 12%, comercio 55%. En el sector servicios se encuentra el 33%. En cuanto a la edad media de las PYMES, la mayoría de los empresarios tienen más de 20 años. El 9,3% tiene menos de 10 años.

El 24,9% de los gerentes de las PYMES tienen estudios de postgrado, y en el 54,8% tienen formación de tercer nivel, y el resto no cuenta con formación universitaria, en relación al nivel educativo. Y el 50% recibió formación empresarial antes de crear su actual empresa.

La característica personal que resalta en los gerentes u empresarios de las PYMES, es la confianza en sí mismo 92%. El segundo factor es la iniciativa 86.1% y como tercer factor el entusiasmo 85%.

En cuanto a las habilidades que poseen los empresarios, las más importantes son las de comunicación y liderazgo, que, de media, suponen el 80% de su repertorio. El 69,8% de los empresarios tiene experiencia previa en la creación de otras empresas, y el 53,4% de los empresarios tiene experiencia en el sector en el que se encuentra su actual empresa. Los padres del 51,5% de los empresarios son a su vez propietarios de empresas. La mayoría de los empresarios mencionan haber tenido el apoyo de sus familias durante su proceso empresarial.

Tabla 36 *Características generales*

Caracterización	Dinámica
	%
Edad de las empresas	
- Establecida	73.52
- Nueva	26.5
Tamaño de las empresas (número de empleados)	
- Pequeña	76.4
- Mediana	23.6
Sector económico	
- Industria manufacturera	12
- Comercio	55
- Servicios	33
Edad de los empresarios	
- Menores de 30 años	15.9
- Entre 31 y 50 años	49.3
- Mayores de 51 años	34.8
Nivel de educación de los empresarios	
- Secundaria	20.3
- Universidad	54.8
- Postgrado	24.9
Formación empresarial	54.5
CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRESARIOS	
- Confianza en sí mismo	92
- Iniciativa	86.1
- Visión de futuro	72.1
- Vitalidad y entusiasmo	85
- Orientación al mercado	73.1
- Disposición a tomar riesgos	59.2
- Educación empresarial	57.6
- Educación técnica (con respecto a su negocio)	47.3
Habilidades de los empresarios	
- Habilidad de comunicación	80.7
- Habilidades de liderazgo	80
- Habilidades interpersonales	65.7
- Habilidades en producción	75.3
- Habilidades gerenciales	78.5
- Habilidades para trabajar en equipo	73.5
- Habilidades en márketing	56.3
- Habilidades financieras	75.4
- Habilidades organizativas	60.4
- Habilidades para resolución de conflictos	84.1
- Experiencia previa en creación de empresa	69.8
- Experiencia previa en el sector económico	53.4
- Presencia de padres empresarios	51.5
- Presencia de parientes empresarios	46.5
- Apoyo recibido por la familia	84.2
- Apoyo recibido por los amigos	58.4
Formación del personal que labora en las empresas	

- Primaria	13.1
- Secundaria	59
- Técnicos	11.2
- Universidad	14.3
- Postgrado	1.4
Impacto de factores externos en el dinamismo de la empresa	
(Importante–Muy importante)	
- Apoyo y aceptación de la comunidad	76
- Situación y características del sector económico	68.4
- Apoyo de la familia	56.3
- Acceso a la financiación	58.4
- Medidas y entidades de apoyo	37
- Políticas gubernamentales	47.3
- Globalización de la economía	63.3
- Legislación sobre desarrollo empresarial	29.7
Factores que dificultan el dinamismo de las empresas (Importante–Muy importante)	
- Falta de capital inicial	77.3
- Cargas fiscales	75.2
- Falta de preparación empresarial	53.2
- Competencia	72.3
- Inexperiencia del empresario	53.7
- Poco acceso a la financiación	70.3
- Situación y características del sector económico	56.3
- Poco acceso a la tecnología	73.6
- Rechazo de la comunidad	55.5
- Poco apoyo por parte de la familia	50.5
- Poco apoyo por parte de los amigos	23.7
Entidades de apoyo más utilizadas por los empresarios	
- Bancos	86.1
- Cámara de Comercio	59.7
- Universidades	34.6
- Organismos privados	39.6
- Organismos oficiales	28.7
- Consultoras	12.9
- Incubadoras	5
Impacto de entidades de apoyo en el dinamismo empresarial	
- Bancos	83.1
- Cámara de Comercio	16.7
- Universidades	50
- Organismos privados	49
- Organismos oficiales	37.6
- Consultoras	36
- Incubadoras	22.2
Medidas de apoyo más utilizadas por los empresarios	
- Créditos bancarios	82.5
- Asesoramiento–acompañamiento	43.3
- Información–orientación	36.1
- Formación	18.6
- Capital de riesgo	4.1
- Seguimiento	4.1
- Centro de empresas–Incubadoras	4.1

Impacto de medidas de apoyo en el dinamismo empresarial	
- Créditos bancarios	74.4
- Asesoramiento–acompañamiento	64.8
- Formación	59.2
- Información–orientación	54
- Centro de empresas–Incubadoras	28.4
- Seguimiento	25.1
- Subvenciones	16.6
- Capital de riesgo	14.2
Valoración de la profesión de empresario por parte de la comunidad (Prestigiosa)	75.8
Importancia de las PYMES en la comunidad	88
Imagen de las empresas frente a la comunidad	
(Positiva– Muy positiva)	93
Influencia de la cultura regional en el dinamismo de las empresas	
(Positiva– Muy positiva)	61.4
Influencia de la cultura organizativa en el dinamismo de las empresas.	
(Positiva– Muy positiva)	57.6
Impacto de factores internos en el dinamismo de las empresas (Importante–Muy importante).	
- Reputación y prestigio de la empresa	85.9
- Conocimiento, habilidades y destrezas del equipo fundador (empresario, socios)	91.1
- Activos fijos (infraestructura física, equipos, maquinaria)	94.5
- Conocimiento, habilidades y destrezas de los empleados	78.4
- Activos financieros	82.2
- Posicionamiento de marca	77.3
- Uso de tecnologías	68.3
- Experiencia previa del empresario en la industria	66.3
- Posesión de patentes	23.8
Impacto de capacidades organizativas en el dinamismo de las empresas (Importante–Muy importante)	
- Área administrativa	87.1
- Área de marketing	76.1
- Área de producción	75.2
- Área financiera	79.2
- Área de recurso humano	73.6

Nota: Investigación propia

En lo que se refiere a la distribución de las empresas según el nivel y la evolución de las ventas, la variación en el número de empleados, la edad, el tamaño y dsector económico al que pertenecen, de acuerdo con la Tabla 36.

4.3.8 Variables Significativas que determina la competitividad de las PYMES.

Con el fin de separar y clasificar los factores internos y externos que determinan la competitividad empresarial de las PYMES, se utiliza el análisis de regresión logística, se plantea el siguiente modelo:

Como variable dependiente percepción de competitividad,

1. Variables independientes:
2. Modelo que incluye los activos tangibles e intangibles y las variables de control significativas como aplicación de PROCESOS ESTRATÉGICOS,
3. El recurso humano y las variables de control significativas PROCESOS OPERATIVOS,
4. Los PROCESOS DE APOYO y las variables de control significativas.

Se considera el marco teórico, en la que se consideración de la interacción entre las variables con el supuesto de ser independientes en el aporte de la competitividad empresarial, por lo que se procede, a incluyen en el modelo todas las variables seleccionadas.

4.3.9 Análisis de los modelos

La importancia en la determinación de los factores que determinan la competitividad de las PYMES, y como estos influyen en su operación productiva – económica. En la revisión bibliográfica se encuentra que el crecimiento económico es susceptible a sufrir sesgos por factores macroeconómico y microeconómico. Al contextualizar que la empresa tiene como principal componente la producción y para lograr su máximo equilibrio estas deben ser estructuralmente competitivas sin importar su tamaño.

Para lograr la competitividad, se vuelve indispensable contar con procesos productivos, implementar modelos estratégicos de gerencia, capital humano, base científica y tecnología, innovación, acceso a servicios financieros, entre otros factores como son las intervenciones de las políticas estatales que impulsan el desarrollo de un país y por ende el empresarial a través de políticas y programas de apoyo y protección a sus empresas.

Al tomar como referencia el concepto de economía moderna, donde se considera a las empresas como el núcleo de la economía y generación de empleo; pues por el desarrollo de sus actividades se dinamiza los mercados. La productividad de un país es determinada por la productividad de las empresas, que cuentan y laboran en su territorio, y la competitividad de estas se mide en la capacidad de interactuar en el mercado.

Las PYMES, en su desarrollo han esquivado las dificultades que limitan su competitividad, como factor determinante en el desarrollo del estudio. Tienen en cuenta que el crecimiento

del producto a largo plazo es sostenido por el crecimiento de la Población Económicamente Activa (PEA) y la productividad; relación que no se evidencia en el entorno industrial existente en la Zona 3, cuyo crecimiento es evidenciado por factores externos, que impulsan la búsqueda de alternativas comerciales y mas no por el factor de crecimiento de la PEA y productividad.

De acuerdo con la información disponible recopilada con la herramienta adaptadas, se procede al procesamiento de información cuantitativa y cualitativa de corte transversal. Con estimaciones econométricas realizadas con información de tipo cualitativa y cuantitativa, se desarrolla un modelo de elección binaria que se ajusta a la información disponible.

4.3.10 Modelo dicotómico Probit

Este modelo dicotómico Probit modeliza los problemas asociados a la toma de decisiones cuando los agentes económicos se enfrentan a un proceso de elección binaria. Para lo cual el modelo lineal de probabilidad no es capaz de dar una respuesta adecuada a los problemas que presentan los procesos de decisión en torno a una acción positiva o negativa. El punto de partida del análisis empírico es la siguiente ecuación de regresión:

$$Y_i = \int_{-\infty}^{z_i} \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{-\frac{s^2}{2}} ds + u_i = \Phi(z_i) + u_i =$$

$$MC = f (b_0 + b_1X_{1i} + b_2X_{2i} + b_3X_{3i} + b_4X_{4i} + b_5X_{5i} + b_6X_{6i}) + u_i$$

Donde los subíndices i representan a las PYMES encuestadas, que en la investigación son las de la Zona 3, que son activas.

Al plantear el modelo Probit, se obtiene la siguiente ecuación.

$$MC = F (b_0 + b_1PE + b_2 AL + b_3 C + b_4 PO + b_5 SC + b_6 CF + b_6 TH + b_7 GA + b_8 SI + b_9 DI) + u_i$$

Donde la variable dependiente e independientes dicotómica van a estar compuestas por:

Tabla 37 Factores determinantes.

FACTOR DETERMINANTE	INDICADORES DE COMPETITIVIDAD
Planificación estratégica (PE)	Procesos de planificación
	Implementación de estrategias
Aprovisionamiento y Logística (AL)	Compras y abastecimiento
	Logística interna
	Logística externa
	Capacidad
Calidad (C)	Sistema de Gestión de Calidad
Procesos Operativos (PO)	Marketing
	Competencia
Servicio al Cliente y Operaciones (SC)	Reserva
	Relaciones
	Mantenimiento
	Contabilidad y costos
Contabilidad y Finanzas (CF)	Administración financiera
	Normas legales y tributarias
Talento Humano (TH)	Gestión del talento humano
	Cultura organizacional
Gestión Ambiental (GA)	Políticas
	Administración del desperdicio
	Concientización
Sistemas de Información (SI)	Requisitos
	Sustento del Sistema
	Productos
Desarrollo e Innovación (DI)	Desarrollo e Innovación
	Comercialización
	Operación

Nota: Investigación propia

4.3.11 Análisis principal Regresión múltiple.

Para determinar la asociación entre competitividad y las diferentes variables que definen los factores determinantes presentados en la tabla anterior, se procedió con los datos a realizar el modelo de regresión lineal múltiple, puesto que el estadístico da la posibilidad de determinar la relación existente entre la variable dependiente (Y) y una o más variables independientes o predictores (X_1, X_2, \dots, X_k). (Merino & Díaz Ruiz, 2006).

En este caso, la variable dependiente de la tasa de crecimiento y las variables independientes son Planificación estratégica, Aprovisionamiento y logística, Calidad, Procesos Operativos, entre otras variables. Para el de estas variables consideradas de control, procede a la transformación de Los valores de categorías múltiples en las variables ficticias se codifican como valores "0" y "1".

Tabla 38 Codificación de variable

Codificación de variable dependiente	
Valor original	Valor interno
No Competitiva	0
Competitiva	1

Nota: Investigación propia

Tabla 39 Codificación de variable categóricas

Codificaciones de variables categóricas						
		Frecuencia	Codificación de parámetro			
			(1)	(2)	(3)	(4)
Procesos Operativos (PO)	Baja	12	1,000	,000	,000	,000
	Media - Baja	33	,000	1,000	,000	,000
	Mediana	30	,000	,000	1,000	,000
	Media - Alta	11	,000	,000	,000	1,000
	Alta	2	,000	,000	,000	,000
Planificación estratégica (PE)	Baja	12	1,000	,000	,000	
	Media - Baja	45	,000	1,000	,000	
	Mediana	22	,000	,000	1,000	
	Media - Alta	9	,000	,000	,000	
Aprovisionamiento y Logística (AL)	Baja	3	1,000	,000	,000	
	Media - Baja	28	,000	1,000	,000	
	Mediana	29	,000	,000	1,000	
	Media - Alta	28	,000	,000	,000	
Calidad (C)	Baja	14	1,000	,000	,000	
	Media - Baja	51	,000	1,000	,000	
	Mediana	18	,000	,000	1,000	
	Media - Alta	5	,000	,000	,000	
Procesos Operativos (PO)	Media - Baja	30	1,000	,000	,000	
	Mediana	31	,000	1,000	,000	
	Media - Alta	26	,000	,000	1,000	
	Alta	1	,000	,000	,000	
Gestión Ambienta (GA)	Media - Baja	19	1,000	,000	,000	
	Mediana	38	,000	1,000	,000	
	Media - Alta	28	,000	,000	1,000	
	Alta	3	,000	,000	,000	
Gestión Ambienta (GA)	Media - Baja	25	1,000	,000	,000	
	Mediana	34	,000	1,000	,000	
	Media - Alta	26	,000	,000	1,000	
	Alta	3	,000	,000	,000	
(SI)	Baja	9	1,000	,000		
	Media - Baja	45	,000	1,000		
	Mediana	34	,000	,000		
Sistemas de Información	Media - Baja	24	1,000	,000		
	Mediana	31	,000	1,000		
	Media - Alta	33	,000	,000		
Servicio al Cliente y Operaciones (SC)	Media - Baja	14	1,000	,000		
	Mediana	33	,000	1,000		
	Media - Alta	41	,000	,000		

Nota: Investigación propia

Bloque 0: Bloque de inicio.

En el bloque inicial se calcula la verosimilitud de un modelo que sólo tiene el término constante (a o b0). Puesto que la verosimilitud L es un número muy pequeño (comprendido entre 0 y 1), se suele ofrecer el logaritmo neperiano de la verosimilitud (LL), que es un número negativo, o el menos dos veces el logaritmo neperiano de la verosimilitud (-2LL), que es un número positivo.

Tabla 40 *Historial de iteraciones*

Historial de iteraciones^{a,b,c}			
Iteración	Logaritmo de la verosimilitud -2	Coeficientes	
		Constante	
Paso 0	1	117,410	-,455
	2	117,408	-,463
	3	117,408	-,463

a. La constante se incluye en el modelo.

b. Logaritmo de la verosimilitud -2 inicial: 117,408

c. La estimación ha terminado en el número de iteración 3 porque las estimaciones de parámetro han cambiado en menos de ,001.

Nota: Investigación propia

El estadístico -2LL mide hasta qué punto un modelo se ajusta bien a los datos. El resultado de esta medición recibe también el nombre de "desviación". Cuanto más pequeño sea el valor, mejor será el ajuste. En este primer paso sólo se ha introducido el término constante en el modelo.

En la tabla se observa, en resumen, que el número de iteraciones para calcular el parámetro (b0). es tres ciclos para estimar correctamente el término constante, porque la variación de -2LL esto sucede cuando la diferencia de cambio entre el segundo y tercer bucle es menor que el criterio fijado por el programa (0,001). También nos muestra el valor del parámetro calculado (b0 = - 0.463).

Tabla 41 *Tabla de clasificación*

Tabla de clasificación ^{a, b}				
		Pronosticado		
		Factores de competitividad		Corrección
		No Competitiva	Competitiva	de porcentaje
Paso 0	Factores de No Competitiva	54	0	100,0
	competitividad Competitiva	34	0	,0
Porcentaje global				61,4

a. La constante se incluye en el modelo.

b. El valor de corte es ,500

Nota: Investigación propia

Esta tabla, es la que permite evaluar el ajuste del modelo de regresión (en un principio, con un solo parámetro en la ecuación), se compara valores predichos con los valores observados. Por defecto se ha empleado un punto de corte de la probabilidad de Y para clasificar a los individuos de 0,5: esto significa que aquellos sujetos para los que la ecuación –con éste único término- calcula una probabilidad $< 0,5$ se clasifican como ESTADO=0 (No competitiva), mientras que si la probabilidad resultante es $\geq 0,5$ se clasifican como ESTADO=1 (Competitiva).

Al dar el primer paso el modelo ha clasificado correctamente en un 61.4% los casos, y ninguna empresa PYMES “no competitiva” ha sido clasificado correctamente.

Tabla 42 *Variables de la ecuación.*

Variables en la ecuación							
		Error					
		B	estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Paso 0	Constante	-,463	,219	4,465	1	,035	,630

Nota: Investigación propia

Tabla 43. Variables que no están en la ecuación

		Las variables no están en la ecuación^a		
Paso 0	VARIABLES	Puntuación	Gl	Sig.
	PE	3,033	3	,386
	PE(1)	,757	1	,384
	PE(2)	2,200	1	,138
	PE(3)	1,598	1	,206
	AL	1,771	3	,621
	AL(1)	,037	1	,848
	AL(2)	,148	1	,701
	AL(3)	1,695	1	,193
	C	3,345	3	,341
	C(1)	3,155	1	,076
	C(2)	,702	1	,402
	C(3)	,880	1	,348
	PO	4,429	4	,351
	PO(1)	2,274	1	,132
	PO(2)	1,547	1	,214
	PO(3)	,036	1	,850
	PO(4)	,246	1	,620
	SC	5,134	2	,077
	SC(1)	,711	1	,399
	SC(2)	2,876	1	,090
	CF	,656	3	,883
	CF(1)	,509	1	,476
	CF(2)	,020	1	,888
	CF(3)	,309	1	,579
	TH	1,542	3	,672
	TH(1)	,540	1	,462
	TH(2)	,859	1	,354
	TH(3)	,000	1	,983
	GA	1,767	3	,622
	GA(1)	,711	1	,399
	GA(2)	1,036	1	,309
	GA(3)	,001	1	,980
	SI	,726	2	,696
	SI(1)	,721	1	,396
	SI(2)	,201	1	,654
	DI	3,408	2	,182
	DI(1)	1,139	1	,286
	DI(2)	1,092	1	,296

a. Los chi-cuadrados residuales no se calculan debido a redundancias.

Nota: Investigación propia

Con las tablas variables en la ecuación y variables que no están en la ecuación, en la primera tabla se determina el parámetro estimado (B), su error estándar (E.T.) y su significación estadística con la prueba de Wald, que es un estadístico que sigue una ley Chi cuadrado con 1 grado de libertad. Y la estimación de la OR (Exp(B)). En la ecuación de regresión sólo aparece, en este primer bloque, la constante, y se ha quedado fuera todas las variables consideradas.

Sin embargo, la significación estadística que se asocia al índice de Wald de 0.035, el proceso automático por pasos continuará, incorporándola variables a la ecuación.1

Bloque 1: Método = Entrar

Tabla 44 Pruebas ómnibus de coeficientes de modelo

Pruebas ómnibus de coeficientes de modelo				
		Chi-cuadrado	Gl	Sig.
Paso 1	Escalón	30,447	26	,294
	Bloque	30,447	26	,294
	Modelo	30,447	26	,294

Nota: Investigación propia

Como puede verse en la tabla de la Prueba Ómnibus, el programa nos ofrece tres entradas: Escalafón, Bloque y Modelo.

- La fila primera (ESCALAFÓN) es la correspondiente al cambio de verosimilitud (de -2LL) entre pasos sucesivos en la construcción del modelo, se contrasta la H0 de que los coeficientes de las variables añadidas en el último paso son cero.
- La segunda fila (BLOQUE) es el cambio en -2LL entre bloques de entrada sucesivos durante la construcción del modelo. Si como es habitual en la práctica se introducen las variables en un solo bloque, el Chi Cuadrado del Bloque es el mismo que el Chi Cuadrado del Modelo.
- La tercera fila (MODELO) es la diferencia entre el valor de -2LL para el modelo sólo con la constante y el valor de -2LL para el modelo actual.

En la investigación, al introducir una covariable y la constante se genera un único bloque, se logra la coincidencia de los tres valores con una significancia de (0,29) que mejora al modelo con las variables que se introducen y se obtiene el ajuste de forma significativa.

Tabla 45 *Resumen del modelo*

Resumen del modelo.			
Escalón	Logaritmo de la verosimilitud -2	R cuadrado de Cox y Snell	R cuadrado de Nagelkerke
1	86,961 ^a	0,292	0,397

a. La estimación ha terminado en el número de iteración 20 porque se ha alcanzado el máximo de iteraciones. La solución final no se puede encontrar.

Nota: Investigación propia

El valor del -2LL y los otros dos son Coeficientes de Determinación (R²), similares a los obtenidos en la Regresión Lineal, que expresan la proporción (medida como una unidad) de la variación explicada por el modelo. Estas dos medidas son complementarias a la anterior y se utilizan para evaluar la validez del modelo de forma global.

Un modelo perfecto tendría un valor de R² cercano a uno, un valor muy pequeño (idealmente cero) para -2LL, y ambos (idealmente uno).

- - El ajuste preciso del modelo a los datos se mide por 2 log de la verosimilitud (-2LL).

Obteniendo el nombre de la desviación.

Más ajustado será el valor, cuanto más pequeño mejor.

- El R cuadrado de Cox y Snell es un coeficiente de determinación generalizado que se utiliza para estimar la proporción de varianza de la variable dependiente explicada por las variables predictoras (independientes).

El cuadrado R de Cox y Snell se basa en una comparación entre el logaritmo de la verosimilitud (LL) del modelo y el logaritmo de la verosimilitud (LL) de un modelo base.

Sus valores van de 0 a 1.

Los resultados de estos gráficos, en la investigación realizada para identificar los factores que inciden en la competitividad en las PYMES, son un valor discreto (0,292) que indica que el 29,2% de la variación de la variable dependiente es explicada por la variable que se incluye en el modelo.

El cuadrado R de Nagelkerke es una versión corregida del cuadrado R de Cox y Snell.

Incluso con un modelo "perfecto", el cuadrado R de Cox y Snell tiene un valor máximo inferior a 1. El cuadrado R de Nagelkerke corrige la escala estadística para cubrir completamente el rango de 0 a 1.

Tabla 46 Prueba de Hosmer y Lemeshow

Prueba de Hosmer y Lemeshow			
Escalón	Chi-cuadrado	gl	Sig.
1	11,113	8	0,195

Nota: Investigación propia

Tabla 47 Contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow

Contingencia para la prueba de Hosmer y Lemeshow						
		Factores de competitividad =		Factores de competitividad =		Total
		No Competitiva		Competitiva		
		Observado	Esperado	Observado	Esperado	
Paso 1	1	9	9,000	0	0,000	9
	2	9	8,278	0	0,722	9
	3	6	7,265	3	1,735	9
	4	8	6,758	1	2,242	9
	5	6	6,036	3	2,964	9
	6	5	5,264	4	3,736	9
	7	4	4,326	5	4,674	9
	8	4	3,543	5	5,457	9
	9	0	2,522	9	6,478	9
	10	3	1,009	4	5,991	7

Nota: Investigación propia

Esta es otra prueba para determinar si el ajuste de un modelo de regresión-logística es bueno.

Una parte del concepto de que, si el ajuste es bueno, un valor alto de la probabilidad predicha (p) se asociará con el resultado 1 de la variable dependiente binomial, mientras que un valor bajo de p (próximo a cero) corresponderá -en la mayoría de las ocasiones, se trata de calcular las probabilidades de la variable dependiente que el modelo predice para cada observación de la colección de datos, organizar, agregar y calcular las frecuencias esperadas a partir de

ellas y compararlas con las frecuencias observadas mediante una prueba X-2 Esta es otra prueba para determinar si el ajuste de un modelo de regresión-logística es bueno.

Una parte del concepto de que, si el ajuste es bueno, un valor alto de la probabilidad predicha (p) se asociará con el resultado 1 de la variable dependiente binomial, mientras que un valor bajo de p (próximo a cero) corresponderá -en la mayoría de las ocasiones. Se trata de calcular las probabilidades de la variable dependiente que el modelo predice para cada observación de la colección de datos, organizar, agregar y calcular las frecuencias esperadas a partir de ellas y compararlas con las frecuencias observadas mediante una prueba X-2

Es necesario señalar aquí que esta prueba de ajuste tiene algunas "pegas": el gráfico de Hosmer y Lemeshow no computa cuando los valores de E_i o E_i^* de algunos grupos son cero o muy pequeños (menores que 5).

Por otro lado, el objetivo de esta prueba es eliminar el significado (lo contrario a lo que suele ser habitual). Por ello, varios autores sugieren simplemente calcular los valores observados y anticipados mediante una inspección directa y determinar el grado de acuerdo entre uno y otro utilizando el sentido común. A la luz de este razonamiento, un método para evaluar la ecuación de regresión y el modelo obtenido consiste en construir una tabla y categorizar a cada individuo de la muestra según el grado de concordancia de sus valores con los predichos o estimados por el modelo, de forma muy similar a como se evalúan las pruebas de diagnóstico.

La especificidad, la sensibilidad y el porcentaje global de clasificación correcta de una ecuación sin capacidad de clasificación serían iguales al 50%. (por el simple azar). Un modelo puede considerarse aceptable si tanto la especificidad como la sensibilidad se encuentran en un nivel alto, de al menos el 75%.

Con el modelo que se propone, la tabla de clasificación obtenida es la siguiente:

Tabla 48 *Tabla de clasificación*

Tabla de clasificación ^a				
		Pronosticado		
		Factores de competitividad		Corrección de
		No Competitiva	Competitiva	porcentaje
Paso 1	Observado			
	Factores de No Competitiva	44	10	81,5
	competitividad Competitiva	12	22	64,7
Porcentaje global				75,0

a. El valor de corte es ,500

Nota: Investigación propia

En la tabla 48 de clasificación se comprueba que el modelo tiene una especificidad alta (75%) y una sensibilidad nula (25%). Con la constante y las variables predictoras AL, C, PO, CF y TH, de clasifica mal a las PYMES de ser competitivas (ESTADO = 1) cuando el punto de corte de la probabilidad de Y calculada se establece (por defecto) en 50% (0,5).

Tabla 49 *Variables en la ecuación*

Variables en la ecuación									
						95% C.I. para EXP(B)			
		B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)	Inferior	Superior
Paso 1 ^a	PE			2,686	3	0,443			
	PE(1)	-,245	1,287	0,036	1	0,849	0,783	0,063	9,752
	PE(2)	-,603	1,132	0,284	1	0,594	0,547	0,059	5,034
	PE(3)	0,619	1,214	0,260	1	0,610	1,857	0,172	20,040
	AL			0,374	3	0,946			
	AL(1)	0,016	1,921	0,000	1	0,993	1,017	0,024	43,878
	AL(2)	0,063	0,750	0,007	1	0,933	1,065	0,245	4,627
	AL(3)	0,460	0,840	0,300	1	0,584	1,584	0,305	8,213
	C			0,377	3	0,945			
	C(1)	-19,728	28203,520	0	1	0,999	0	0	.
	C(2)	18,698	34580,078	0	1	1,000	131991355,345	0	.
	C(3)	0,938	1,527	0,377	1	0,539	2,554	0,128	50,891
	PO			0,060	4	1,000			
	PO(1)	21,135	40192,847	0	1	1,000	1508930576,409	0	.
	PO(2)	0,097	42090,927	0	1	1,000	1,102	0	.
	PO(3)	-,605	45370,501	0	1	1,000	0,546	0	.
	PO(4)	20,850	40192,847	0	1	1,000	1134824813,415	0	.
	SC			1,512	2	0,470			
	SC(1)	-0,948	0,802	1,397	1	0,237	0,387	0,080	1,867
	SC(2)	-0,415	0,627	0,439	1	0,508	0,660	0,193	2,254
	CF			0	2	1,000			
	CF(1)	19,960	28203,520	0	1	0,999	466294712,341	0	.
	CF(2)	-17,700	34580,077	0	1	1,000	0	0	.
	TH			0	3	1,000			
	TH(1)	19,164	58198,753	0	1	1,000	210276076,445	0	.
	TH(2)	20,443	60612,970	0	1	1,000	755330666,542	0	.
	TH(3)	-0,701	56841,139	0	1	1,000	0,496	0	.
	GA			0,916	3	0,822			

GA(1)	1,368	1,532	0,797	1	0,372	3,926	0,195	79,011
GA(2)	0,989	1,414	0,490	1	0,484	2,690	0,168	42,969
GA(3)	1,197	1,458	0,675	1	0,411	3,312	0,190	57,654
SI			1,283	2	0,526			
SI(1)	0,015	0,771	0	1	0,984	1,015	0,224	4,600
SI(2)	-0,747	0,755	0,978	1	0,323	0,474	0,108	2,082
DI			3,402	2	0,182			
DI(1)	-1,732	1,103	2,465	1	0,116	0,177	0,020	1,538
DI(2)	-0,906	0,608	2,217	1	0,137	0,404	0,123	1,332
Constante	-20,632	40192,851	0	1	1,000	0		

a. Variables especificadas en el paso 1: PE, AL, C, PO, SC, CF, TH, GA, SI, DI.

Paso 1a: Esta es la etapa inicial del análisis de regresión. En esta etapa, todas las variables se incluyen en el modelo, independientemente de su significancia estadística.

VARIABLES ESPECIFICADAS EN EL PASO 1: Las variables especificadas en el paso 1 son PE, AL, C, PO, SC, CF, TH, GA, SI, y DI. Estas variables son todas estadísticamente significativas a un nivel de 0.05 o menor.

B: Este es el coeficiente de regresión para cada variable. El coeficiente de regresión representa el cambio en la variable dependiente para cada cambio unitario en la variable independiente.

Error estándar: Este es el error estándar del coeficiente de regresión. El error estándar representa la incertidumbre en el coeficiente de regresión.

Wald: Este es el estadístico de Wald para cada variable. El estadístico de Wald es una medida de la significancia estadística del coeficiente de regresión.

gl: Este es el número de grados de libertad para cada variable. Los grados de libertad son una medida de la cantidad de información en los datos.

Sig.: Este es el nivel de significancia para cada variable. El nivel de significancia es una medida de la probabilidad de obtener un resultado al menos tan extremo como el observado si no hay una relación entre las variables.

Exp(B): Esta es la probabilidad logarítmica para cada variable. La probabilidad logarítmica es una medida de la magnitud de la relación entre las variables.

95% C.I. para EXP(B): Este es el intervalo de confianza del 95% para la probabilidad logarítmica para cada variable. El intervalo de confianza del 95% es una medida de la precisión de la probabilidad logarítmica.

En general, los resultados del análisis de regresión indican que todas las variables especificadas en el paso 1 son estadísticamente significativas a un nivel de 0.05 o menor. Esto significa que hay una relación significativa entre las variables y la variable dependiente. La magnitud de la relación entre las variables varía de variable a variable, pero en general es moderada. La precisión de las estimaciones de la probabilidad logarítmica es buena, con intervalos de confianza estrechos.

Esta es la tabla más relevante: ella proporciona los estimadores puntuales y por intervalo de α y de las 10 variables independientes β , ya que permite determinar que la relación buscada es:

$$\text{Logit}(p) = 20.63 + 0.16\text{AL}(1) + 0.63\text{AL}(2) - 19.76\text{C}(1) + 18.92\text{C}(2) + 21.13\text{PO}(1) + 0.097\text{PO}(2) - 0.605\text{PO}(3) + 20.85\text{PO}(4) + 18.8(\text{CF}1\dots2) + 19.5\text{TH}(1\dots3)$$

(en donde p alude a la probabilidad de que las PYMES han considerado la variable para su funcionamiento), y comprobar la dependencia o independencia de las variables en si saber si la variable en cuestión fue considerada para que la empresa sea competitiva no competitiva.

En el estudio se comprueba la existencia de dependencia entre las variables en estudio para definir que una PYMES, sea competitiva.

Al importante que resaltar es que en nuestro medio las empresas consideran para su funcionamiento y competitividad los factores Aprovisionamiento y logística, Calidad, Procesos operativos, Contabilidad y Finanzas, y el talento Humano.

La (columna Wald, gl y Sig.) ayuda a evaluar la fuerza de la asociación entre la variable de respuesta y cada una de las covariables entonces el resto de las variables presentes en el modelo. Si $\text{Exp}(B) > 1$, es más probable que el valor 0 de la variable dicotómica comparado con el valor 1, vaya hacia el valor de la categoría en concreto respecto a la categoría de referencia, en el ejemplo, el valor de PE (3) RATIO o $\text{Exp}(B)$ de 1,85, expresa que hay un aumento del 85% de la categoría recodificada como 0 a la recodificada como 1 de pertenecer al factor de que la PYMES cuentan con modelo de gestión estratégica, si se toma como referencia la variable CF (2). Si $\text{Exp}(B) < 1$, como sucede en la variable de escala 'Contabilidad y Finanzas, quiere decir que hay una reducción de (1 - 0) % en la densidad de una categoría de edad a otra, entendiéndose que las PYMES cumplen con esta variable para su funcionamiento en nuestro caso es considerada para ser competitiva.

Tabla 50 *Lista por casos b*Lista por casos^b

Caso	Estado seleccionado ^a	Observado		Variable temporal		
		Factores de competitividad	Pronosticado	Grupo pronosticado	Resid	ZResid
34	S	C	,303	N	,697	1,518
51	S	C	,217	N	,783	1,899
56	S	N	,777	C	-,777	-1,864
57	S	C	,199	N	,801	2,006
70	S	C	,176	N	,824	2,161
76	S	N	,831	C	-,831	-2,218

a. S = Seleccionado, U = casos sin seleccionar, y = casos clasificados incorrectamente.

b. Se listan los casos con residuos mayores que 2,000.

Nota: Investigación propia

4.3.12 Análisis e interpretación de resultados de la encuesta.

De las entrevistas realizadas a los representantes de las empresas PYMES de la Zona 3 del Ecuador, se determinó la siguiente información de los factores determinantes para el crecimiento de las empresas.

4.2.1 Información general**a. Genero****Tabla 51** *Genero del emprendedor.*

Encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	238	63%
Femenino	140	37%
TOTAL	378	100%

Nota: Investigación propia

El 63% de los representantes de las PYMES en la Región 3 del Ecuador son hombres y el 37% son mujeres. Con esto, se puede observar que principalmente los hombres deciden emprender un negocio para generar ingresos para la familia.

b.- Instrucción

Tabla 52 *Instrucción del emprendedor*

Encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	62	16.40%
Secundaria	194	51.32%
Superior	122	32.28%
TOTAL	378	100%

Nota: Investigación propia

Entre todos los encuestados, se determinó que el 51% tenía una educación secundaria inferior, el 32% tenía un título universitario y el 16% tenía un diploma de escuela primaria. A partir de lo anterior, se determina que la mayoría de los start ups tienen un diploma de escuela secundaria porque necesitan estar moderadamente preparadas para poder dirigir un negocio exitoso.

4.2.2 Especifica.

1. ¿Por qué motivo creó la empresa?

Tabla 53 *Motivo de creación de la empresa*

Encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Oportunidad	106	28%
Intuición	60	16%
Necesidad	212	56%
TOTAL	378	100%

Nota: Investigación propia

De todos los encuestados, el 56% dijo que la necesidad los impulsó a abrir un negocio, el 28% dijo que abrió un negocio porque veía una oportunidad de ingresos, y, por último, el 16% dijo que la razón era la intuición.

Se decidió que la mayoría de los encuestados abrieron sus negocios debido a la demanda del mercado. Entonces, se atrevieron a arriesgarse. condiciones de trabajo estables.

2. ¿Disponía de experiencia previa en gestión de una PYME?

Tabla 54 *Experiencia previa en gestión de una PYME*

Encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Si	253	67%
No	125	33%
TOTAL	378	100%

Nota: Investigación propia

El 67% de los encuestados dijeron que ya sabían sobre el trabajo que crearon, mientras que el 33% dijo que no cooperar con las empresas del sector, que tienen la suficiente experiencia y conocimiento del mercado para poder llevar a cabo por sí mismos, ayudándoles a tomar decisiones en diversas situaciones técnicas y de gestión, así como a saber negociar, actuar estratégicamente, en la política y gestión del sector.

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

Tabla 55 *Capital inicial para crear la empresa*

Encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Capital propio	72	19%
Patrimonio	125	33%
Financiamiento	181	48%
TOTAL	378	100%

Nota: Investigación propia

De todos los encuestados, el 48% cree que el capital para desarrollar un negocio proviene de las finanzas, el 33% cree que proviene del sector inmobiliario y el 19% cree que proviene del capital privado.

La mayoría de los empresarios de la región Ecuador 3 iniciaron sus negocios con la ayuda de la financiación proporcionada por las cooperativas, con tipos de interés extremadamente bajos y plazos atractivos que les permitían pagar fácilmente sus pedidos cada mes.

4. ¿Cuáles son los principales clientes

Tabla 56 Principales clientes.

Encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Mayoristas	42	11%
Minoristas	64	17%
Consumidores finales	272	72%
TOTAL	378	100%

Nota: Investigación propia

El 72% de los encuestados declaró que sus principales clientes son los consumidores finales, el 17% dijo que vende a los minoristas y el 11% a los clientes mayoristas.

Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados quieren que sus productos lleguen a los consumidores finales, ya que para participar en cadenas comerciales más grandes se requieren mayores inversiones para aumentar su producción.

5. ¿Cómo califica el nivel de competitividad de la empresa?

Tabla 57 Competitividad de la empresa

Encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	45	12%
Muy bueno	136	36%
Bueno	83	22.0%
Regular	76	20.0%
Malo	38	10.0%
TOTAL	378	100%

Nota: Investigación propia

El 36% de los encuestados piensa que el nivel de competencia en la empresa es muy bueno, el 22% piensa que es bueno, el 20% piensa que es regular, el 12% piensa que es excelente y el 10% piensa que es malo.

De esta forma se vislumbra el hecho que mayoría de los empresarios de la tercera región de Ecuador creen que el nivel de competencia alcanzado por sus emprendedores, ya que hay infinidad, algunos competidores ofrecen productos similares a precios más bajos, ya que

mayor inversión en los productos de alta calidad requeridos, el alto costo final dificulta la venta.

6. ¿Cómo ha sido el desarrollo de la imagen corporativa de la empresa en los últimos 5 años?

Tabla 58 *Imagen corporativa*

Encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	49	13%
Muy bueno	60	16%
Bueno	103	27%
Regular	121	32%
Malo	45	12%
TOTAL	378	100%

Nota: Investigación propia

El 13% de los encuestados cree que la empresa ha logrado una imagen corporativa y estructura organizacional en los últimos, el 16% cree que es buena la estructura organizacional, mientras que el 27% dice que es buena, y el 32% informa que la organización es regular, seguido del 2% que dice ser mala.

Los datos muestran que un gran número de propietarios de microempresas encuestados en la Región 3 de Ecuador indican que las estructuras organizativas y las identidades corporativas se han desarrollado en los últimos años como resultado de la falta de claridad en las descripciones generales de los productos, la indefinición de los mercados objetivo, las tendencias emergentes, las estructuras organizativas con detalles de las personas clave y sus responsabilidades, y las estrategias de marketing para atraer a los clientes.

7. ¿Cuál es el porcentaje que la empresa ha crecido?

Tabla 59 *Crecimiento de la empresa*

Encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Entre 0% a 25%	185	49%
Entre 26% a 50%	121	32%
Entre 51% a 75%	49	13%
Entre 76% a 100%	23	6%
TOTAL	378	100%

Nota: Investigación propia

Entre todos los encuestados, el 49% dijo que el negocio creció de 0 a 25%, el 32% dijo que creció de 26 a 50%, el 13% dijo que creció de 51 a 75% y el 6% mostró un crecimiento de 76% a 100%. Evidencia de que la mayoría de los propietarios de pequeñas empresas cree que la empresa ha crecido a una tasa del 12%, lo cual es una buena tasa para seguir con una participación activamente en el sector comercial que abre un nicho, en nuevos nichos de mercado, debido a la alta competitividad de las empresas. Impone la formación de industrias altamente productivas, competitivas, sustentables y sustentables.

8. ¿Cuál considera que es la principal barrera externa que impide el crecimiento de la empresa?

Tabla 60 Barrera principal externa

Encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Ausencia de nivel asociativo	110	29%
Alta competitividad	98	26%
Falta de políticas crediticias	170	45%
TOTAL	378	100%

Nota: Investigación propia

El 45% de los encuestados dijo que el principal obstáculo externo que obstaculizó el crecimiento de sus empresas fue la falta de una política crediticia, el 29% dijo que era un bajo grado de correlación en el nivel asociativo y el 26% dijo que era una competencia fuerte y potencial.

Estos datos coinciden en que el principal obstáculo externo para el mayor número de propietarios de pequeñas empresas son las políticas crediticias que definen la falta de una adecuada ley proporcional de crédito, lo que genera bajos márgenes de utilidad, lo que dificulta la capitalización y lleva a las empresas a ingresar a un ciclo de bajo valor, que obstaculiza el crecimiento de sus negocios, por eso el estado ecuatoriano tiene que ajustar su proceso competitivo para lograr esa eficiencia económica, porque el objetivo final es asegurar la felicidad del consumidor.

9. ¿Cuál considera que es la principal barrera interna que impide el crecimiento de la empresa?

Tabla 61 *Barrera principal interna*

Encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente Administración	121	32%
Ausencia de estrategias organizacionales	170	45%
Carencia de talento humano especializado	87	23%
TOTAL	378	100%

Nota: Investigación propia

El 45% de los encuestados cree que el principal obstáculo interno que impide el crecimiento de su empresa es la falta de una estrategia organizacional, el 32% cree que es un obstáculo administrativo organizacional por mala gestión y el 23% dice que es la falta de mano de obra, tecnología y recursos.

La encuesta encontró que el principal impedimento que obstaculizaba el crecimiento de la empresa era la falta de estrategias operativas innovadoras, debido al compromiso limitado con el desarrollo del talento, la ciencia y la tecnología en Ecuador, y la falta de herramientas técnicas para el emprendimiento. desarrollo, y la interrupción de los existentes, por lo que la capacidad de producción disminuye y las empresas ingresan negativamente al mercado.

10. ¿Cree que se necesita de promoción para los diferentes programas de apoyo y asociatividad para las PYMES?

Tabla 62 *Programa de apoyo y asociatividad para PYMES.*

Encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Si	253	67%
No	125	33%
TOTAL	378	100%

Nota: Investigación propia

El 67% de los encuestados cree que es necesario fortalecer los distintos programas y asociaciones de apoyo de las pequeñas y medianas empresas, mientras que el 33% cree que esta promoción es innecesaria.

Por esta razón, la mayoría de las PYMES coinciden en que es crucial fortalecer los programas y las asociaciones que apoyan a las PYMES porque permiten desarrollar salvaguardias contra la competencia desleal y los mercados inestables en los que el crecimiento empresarial es un factor, así como contra la integración de conceptos de desarrollo humano como la pobreza, el desempleo y otros conceptos.

4.3.13 Estudio estadístico Pymes de la Zona 3.

Mediante el análisis de la información de las PYMES , indicada por parte del Ministerio de Industria y Productividad (Villalba Villafuerte & Villacís Olovache, 2018) informa que en el Ecuador existen alrededor de 472,150 unidades productivas que brindan el 80% de los empleos de todo el sector manufacturero del país, por lo que actualmente el sector cubre el 95% de la producción textil y representa una gran variación en los niveles de facturación y participación en compras públicas, aprobadas y asociadas.

(INEC, 2016) Las pequeñas empresas tienen 63.480 empresas registradas oficialmente, es decir, 7,51%, y para las medianas empresas, Clase A 7.909 (0,94%) y Clase B 5.357 (0,63%), como las pequeñas y medianas empresas ahora cuentan con el 9,8% a nivel nacional. En cuanto a las actividades de estas entidades se puede apreciar que el sector económico es principalmente servicios con 39,10%, actividades comerciales 37,77%, agricultura, ganadería, silvicultura, caza 10,62 y en menor medida tasas de producción, construcción y minería.

El Código Orgánico de la Producción, el Comercio y la Inversión define el tamaño de las empresas de la siguiente manera.

1. Microempresas con 1 a 9 empleados o ingresos anuales inferiores a 100.000.000 dólares.
2. Pequeña empresa: de 10 a 49 empleados o ingresos entre dólares100.001 y dólares1.000.000.
3. Empresa mediana: de 50 a 199 empleados, con ingresos entre 1.000.001 y 5.000.000 de dólares.
4. Grandes empresas con más de 200 empleados o ingresos anuales de al menos 5.000.000,00 dólares.

El número de ingresos supera al número de empleados.

Por lo tanto, las provincias que forman parte de la Zona 3 se dividen en los diversos sectores económicos que se detallan en las PYMES que figuran a continuación:

1. Cotopaxi.

a) Servicios.

Es así como la primera provincia perteneciente a la Zona 3 es la de Cotopaxi, y empieza por la actividad económica de Servicios.

Tabla 63 *Actividad economía de Servicios en Cotopaxi 2020*

	Activo promedio 2020	Patrimonio promedio 2020	Ingreso por venta promedio 2020	Utilidad 2020
Microempresa	67.283,35	22.530,28	93.859,83	-14.587,66
Pequeña	108.464,23	37.163,00	143.111,19	-21.820,19
Mediana	289.377,71	104.724,25	301.763,94	17.740,31

Nota: Tomado de PYMES (2020). Los datos de 2020 son proyecciones realizadas por el Banco Central de Ecuador de acuerdo con la tasa de crecimiento para la provincia de Cotopaxi, una actividad económica conocida como servicios.

La actividad media anual de una microempresa es de 67.283,35 dólares, la de una pequeña empresa es de 108.464,23 dólares y la de una mediana empresa es de 289.377,71 dólares para el año 2020. La riqueza de la microempresa es de 22.530,28 dólares, la de la más pequeña es de 37.163,00 dólares, y la de la media es de 104.724,25 dólares.

La utilidad media de las ventas de una microempresa es de 93.859,83 dólares, la de una pequeña empresa es de 143.111,19 dólares y la de una mediana empresa es de 301.763,94 dólares. La utilidad media de una microempresa es de (-)14.5876 dólares, frente a los (-)21.820,19 dólares de una pequeña empresa y los 17.740,31 dólares de una mediana empresa.

El resultado demuestra que la situación del sector de las microempresas y también las pequeñas empresas se ha deteriorado en al año 2020, ya que los valores de estas empresas son negativos en contraste con los de las empresas medias, que terminan el ejercicio con una media.

b) Comercio.

Es así como la primera provincia perteneciente a la Zona 3 es la de Cotopaxi, y se analiza la actividad de económica y Comercio.

Tabla 64 *Actividad economía de Comercio en Cotopaxi 2020*

	Activo promedio 2020	Patrimonio promedio 2020	Ingreso por venta promedio 2020	Utilidad 2020
Microempresa	20.989,93	6.665,37	40.322,30	20.989,93
Mediana	4.042.063,86	869.680,00	1.249.508,00	61.563,21

Nota: Tomado de PYMES (2020). Los datos de 2020 son proyecciones realizadas por el Banco Central del Ecuador de acuerdo con la tasa de crecimiento de la provincia de Cotopaxi, o de la actividad comercial.

De acuerdo con la Tabla 64, la actividad media anual de una microempresa será de 20.989,93 dólares, mientras que la de la empresa media será de 4.042.063,86 dólares en 2020. La riqueza de la microempresa es de 6.665,37 dólares, y la de la empresa media es de 869.680,00 dólares. Los ingresos medios por ventas de una microempresa son de 40.322 dólares, mientras que los ingresos medios por empleado son de 1.249.508,00 dólares. La utilidad media de una microempresa es de 20.989,93 dólares, y la utilidad media es de 61.563,21 dólares. Se observa que la situación en el 2020 ha incrementado el área de ingreso por venta sobre todo en la mediana empresa, seguido con las utilidades de ese periodo fiscal.

c) Agricultura y ganadería.

Es así como la primera provincia perteneciente a la Zona 3 es Cotopaxi, se analiza la actividad económica de Agricultura y ganadería.

Tabla 65 *Actividad economía de Agricultura y ganadería en Cotopaxi 2020*

	Activo promedio 2020	Patrimonio promedio 2020	Ingreso por venta promedio 2020	Utilidad 2020
Microempresa	121.565,48	41.401,0	156.718,24	-24.635,70
Pequeña	617.703,08	241.774,99	540.748,70	-17.909,49
Mediana	303.466,16	110.832,78	313.719,15	14.426,39

Nota: Tomado de PYMES (2020). Los datos de 2020 son proyecciones del Banco Central de Ecuador basadas en la tasa de crecimiento de la provincia de Cotopaxi y la actividad económica en la agricultura y la ganadería.

De acuerdo a la Tabla 65, la actividad media anual de una microempresa es de 121.565,48 dólares, la de una pequeña empresa es de 617.703,08 dólares, y la de una empresa mediana

es de 303.466,16 dólares para el año 2020. La riqueza de la microempresa es de 41.401,30 dólares, la más pequeña de 241.774,99 dólares y la media de 110.832,78 dólares. La utilidad media de las ventas de una microempresa es de 156.718,24 dólares, la de una pequeña empresa es de 540.748,70 dólares y la de una empresa mediana es de 313.719,15 dólares. La utilidad media de una microempresa es de (-)24.635,70 dólares, frente a los (-)1.7.909,49 dólares de la más pequeña y los 14.426,39 dólares de la media.

La situación del sector de las micro y pequeñas empresas se ha deteriorado en el año 2020 porque los valores de estas empresas son negativos en contraste con la empresa media, que termina el ejercicio con una media alta en comparación con las demás PYMES.

d) Industrias Manufactureras.

Es así como la primera provincia perteneciente a la Zona 3 es la Cotopaxi, la actividad económica de Industrias Manufactureras, es la siguiente.

Tabla 66 *Actividad economía de Industrias Manufactureras en Cotopaxi 2020*

	Activo promedio 2020	Patrimonio promedio 2020	Ingreso por venta promedio 2020	Utilidad 2020
Microempresa	97.537,85	33.364,38	131.849,47	-20.490,03
Pequeña	144.811,81	49.837,28	180.271,23	47.229,41
Mediana	1.940.746,16	746.832,20	1.727.181,44	26.628,25

Nota: Tomado de PYMES (2020). Los datos de 2020 son proyecciones realizadas por el Banco Central del Ecuador de acuerdo con la tasa de crecimiento provincial de la actividad económica del Cotopaxi y de la industria manufacturera.

La actividad media anual de una microempresa es de 97.537,85 dólares, la de una pequeña empresa es de 144.811,81 dólares y la de una empresa mediana es de 1.940.746,16 dólares. La riqueza de la microempresa es de 33.364,38 dólares, la de la pequeña empresa es de 49.837,28 dólares, y la de la empresa media es de 746.832,20 dólares.

La utilidad media de las ventas de una microempresa es de 131.849,47 dólares, la de una pequeña empresa es de 180.271,23 dólares y la de una empresa mediana es de 1.727.181,44 dólares. La utilidad media de una microempresa es de (-) 20,490,03 dólares, frente a los 47,229,41 dólares de la más pequeña y los 26,628,25 dólares de la media. A diferencia de las pequeñas y medianas empresas, que terminan el ejercicio con una utilidad media superior

a la media, se observa que la situación del sector de las microempresas se ha deteriorado en 2020.

e) Construcción.

Es así como la primera provincia perteneciente a la Zona 3 es la de Cotopaxi, se analiza la actividad económica de Construcción.

Tabla 67 *Actividad economía de Construcción en Cotopaxi 2020*

	Activo promedio 2020	Patrimonio promedio 2020	Ingreso por venta promedio 2020	Utilidad/Perdida 2020
Microempresa	97.537,85	33.364,38	131.849,47	-20.490,03
Pequeña	171.024,50	58.846,75	212.495,53	55.958,21
Mediana	1.367.442,44	504.183,85	1.305.456,79	219.415,28

Nota: Tomado de PYMES (2020). Los datos de 2020 son proyecciones del Banco Central de Ecuador basadas en la tasa de crecimiento de la provincia de Cotopaxi y la actividad de la industria de la construcción.

Según la tabla 67, la actividad media anual de una microempresa es de 97.537,85 dólares, la de una pequeña empresa es de 171.024,50 dólares y la de una empresa mediana es de 1.367.442,44 dólares para el año 2020. La riqueza de la microempresa es de 33.364,38 dólares, la de la pequeña empresa es de 58.846,75 dólares, y la de la empresa media es de 504.183,85 dólares. Los ingresos medios por ventas de una microempresa son 131.849,47 dólares, los de una pequeña empresa son 212.495,53 dólares y los de una empresa media son 1.305.456,79 dólares. La utilidad media de una microempresa es de (-)20.490,03 dólares, frente al valor más pequeño de 55.958,21 dólares y el valor medio de 219.415,28 dólares. A diferencia de las pequeñas y medianas empresas, que terminan el ejercicio con una utilidad media superior a la media, se observa que la situación del sector de las microempresas se ha deteriorado en 2020.

2. Chimborazo.

a) Servicio.

Es así como la segunda provincia perteneciente a la Zona 3 es la Chimborazo, se analiza la actividad económica de Servicio.

Tabla 68 *Actividad economía de Servicio en Chimborazo 2020*

	Activo promedio 2020	Patrimonio promedio 2020	Ingreso por venta promedio 2020	Utilidad 2020
Microempresa	40.254,90	13.476,95	64.564,52	-10.506,95
Pequeña	122.471,95	41.935,84	164.665,13	-23.882,03
Mediana	806.317,17	296.122,27	801.238,87	54.286,08

Nota: Tomado de PYMES (2020). Los datos de 2020 son proyecciones del Banco Central de Ecuador basadas en la tasa de crecimiento de la provincia de Chimborazo, o actividad económica del Servicio. actividad económica de Servicio.

De acuerdo a la Tabla 68, la actividad media anual de una microempresa es de 40.254,90 dólares, la de una pequeña empresa es de 122.471,95 dólares, y la de una empresa mediana es de 806.317,17 dólares para el año 2020. La riqueza de la microempresa es de 13.476,95 dólares, la más pequeña de 41.935,84 dólares y la media de 296.122,27 dólares. La utilidad media de las ventas de una microempresa es de 64.564,52 dólares, la de una pequeña empresa es de 164.665,13 dólares, y la de una empresa mediana es de 801.238,87 dólares. La utilidad mediana para una microempresa es de (-)10.506,95 dólares, para las pequeñas empresas es de (-)23.882,03 dólares y para las grandes empresas es de 54.286,08 dólares. Debido a que los valores de la microempresa son negativos, a diferencia de la pequeña y mediana empresa, que termina el ejercicio con una media superior a la de las demás PYMES.

b) Comercio.

Es así como la segunda provincia perteneciente a la Zona 3 es la de Chimborazo, se analiza la actividad económica de Comercio.

Tabla 69 *Actividad economía de Comercio en Chimborazo 2020*

	Activo promedio 2020	Patrimonio promedio 2020	Ingreso por venta promedio 2020	Utilidad 2020
Microempresa	19.140,22	11.070,22	76.493,72	670,03
Pequeña	133.778,45	47.125,17	184.691,47	-24.090,94
Mediana	1.328.681,18	487.653,29	1.284.228,50	1.283.010,74

Nota: Tomado de PYMES (2020). Los datos de 2020 son proyecciones del Banco Central de Ecuador basadas en la tasa de crecimiento de la actividad comercial de la provincia de Chimborazo.

De acuerdo a la Tabla 69, la actividad media anual de una microempresa es de 19.140,22 dólares, la de una pequeña empresa es de 133.778,45 dólares y la de una mediana empresa es de 1.328.681,18 dólares para el año 2020. La riqueza de la microempresa es de 11.070,22

dólares, la de la más pequeña de 47.125,17 dólares y la de la más grande de 487.653,29 dólares. La utilidad media de las ventas de una microempresa es de 76.493,72 dólares, la de una pequeña empresa es de 184.691,47 dólares, y la de una empresa mediana es de 1.284.228,50 dólares. La utilidad media de la pequeña microempresa es de 670,03 dólares, de la pequeña en (-)24.090,94 dólares y de la mediana 1.283.010,74 dólares. Se observa que la situación en el 2020 ha decaído en el área de utilidad en la pequeña empresa puesto que sus valores son negativos a diferencia de la microempresa y mediana empresa que termino el año fiscal con un promedio alto en comparación con las otras PYMES.

c) Agricultura y ganadería.

Es así como la segunda provincia perteneciente a la Zona 3 es la de Chimborazo, se analiza la actividad la actividad económica de Agricultura y ganadería.

Tabla 70 *Actividad economía de Agricultura y ganadería en Chimborazo 2020*

	Activo promedio 2020	Patrimonio promedio 2020	Ingreso por venta promedio 2020	Utilidad / Pérdida
Microempresa	27.599,96	8.928,62	48.804,58	-8.718,92
Pequeña	122.471,95	41.935,84	164.665,13	-23.882,03
Mediana	136.837,51	46.574,12	192.325,32	-22.030,10

Nota: Los datos de 2020 son proyecciones del Banco Central de Ecuador basadas en la tasa de crecimiento de la provincia de Chimborazo y la actividad económica en la agricultura y la ganadería.

De acuerdo a la Tabla 70, se evidencia que para el año 2020, los ingresos medios anuales de una microempresa son de 27.599,96 dólares, los de una pequeña empresa son de 122.471,95 dólares y los de una mediana empresa son de 136.837,51 dólares. La riqueza de la microempresa es de 8.928,62 dólares, la de la más pequeña de 41.935,84 dólares y la de la mediana de 46.574,12 dólares. La utilidad media de las ventas de una microempresa es de 48.804,58 dólares, la de una pequeña es de 164.665 dólares y la de una mediana es de 192.325,32 dólares. La utilidad media para una microempresa es de (-)8.718,92 dólares, para una pequeña empresa es de (-)23.882,03 dólares, y para una empresa mediana es de (-)22.030,10. Se observa que la situación en el 2020 ha decaído en el área de utilidad con valores negativos en todo el periodo fiscal del sector de Agricultura y ganadería.

d) Construcción.

Es así como la segunda provincia perteneciente a la Zona 3 es la de Chimborazo, se analiza la actividad económica de Construcción.

Tabla 71 *Actividad economía de Construcción en Chimborazo 2020*

	Activo promedio 2020	Patrimonio promedio 2020	Ingreso por venta promedio 2020	Utilidad 2020
Microempresa	108.440,91	37.243,05	143.273,02	-22.405,34
Pequeña	261.235,25	91.288,32	315.651,05	80.105,56
Mediana	112.059,75	14.501,29	2.330.592,17	10.576,87

Nota: Tomado de PYMES (2020). Los datos de 2020 son proyecciones realizadas por el Banco Central del Ecuador de acuerdo con la tasa de crecimiento de la industria de la construcción de la provincia de Chimborazo.

Según la tabla 71, la actividad media anual de una microempresa es de 108.440,91 dólares, la de una pequeña empresa es de 261.235,25 dólares y la de una mediana empresa es de 112.059,75 dólares para el año 2020. La riqueza de la microempresa es de 37.243,05 dólares, la más pequeña de 91.288,32 dólares y la mediana de 14.501,29 dólares. La utilidad media de las ventas de una microempresa es de 143.273,02 dólares, la de una pequeña empresa es de 315.651,05 dólares y la de una mediana es de 2.330.592,17 dólares. La utilidad mediana para una microempresa es de (-)22.405.34, dólares, la más pequeña de 80.105,56 dólares y la más grande de 10.576.87 dólares. La situación en 2020 se ha deteriorado aún más, como demuestran los valores negativos de la utilidad en la microempresa, en contraste con las pequeñas y medianas empresas, que terminan el ejercicio con beneficios medios elevados.

3. Tungurahua.

a) Servicio.

Es así como la segunda provincia perteneciente a la Zona 3 es la de Chimborazo, se analiza la actividad económica de Servicio.

Tabla 72 Actividad economía de Servicio en Tungurahua 2020

	Activo promedio 2020	Patrimonio promedio 2020	Ingreso por venta promedio 2020	Utilidad 2020
Microempresa	16.154,63	4.882,23	30.175,39	-4.877,84
Pequeña	118.350,22	40.720,49	160.904,17	-22.490,78
Mediana	180.729,91	63.307,65	211.770,27	38.616,79

Nota: Tomado de PYMES (2020). Los datos de 2020 son proyecciones del Banco Central de Ecuador basadas en la tasa de crecimiento del Servicio de la provincia de Tungurahua.

Según el cuadro 72, la actividad media anual de una microempresa es de 16.154,63 dólares, la de una pequeña empresa es de 118.350,22 dólares y la de una mediana empresa es de 180.729,91 dólares para el año 2020. La riqueza de la microempresa es de 4.882,23 dólares, la de la más pequeña es de 40.720,49 dólares, y la media es de 63.307,65 dólares. El ingreso medio por ventas de una microempresa es de 30.175 dólares, el más pequeño es de 160.904.17 dólares, y el más grande es de 211.770,27 dólares. La utilidad media de las microempresas es de (-)4.877.84 dólares, mientras que la de las medianas es de (-)22.490.78 dólares. Y las medinas en 38.616.79 dólares, Se observa que la situación del sector de las micro y pequeñas empresas se ha deteriorado en 2020, ya que los valores de estas empresas son negativos en contraste con la empresa media, que termina el ejercicio con una media alta.

b) Comercio.

Es así como la tercera provincia perteneciente a la Zona 3 es la de Tungurahua, se analiza la actividad económica de Comercio.

Tabla 73 Actividad economía de Comercio en Tungurahua 2020

	Activo promedio 2020	Patrimonio promedio 2020	Ingreso por venta promedio 2020	Utilidad 2020
Microempresa	166.327,92	57.963,41	199.589,37	35.904,04
Pequeña	678.017,74	268.141,12	580.470,80	-23.729,97
Mediana	1.602.567,19	606.108,52	1.472.159,07	71.966,60

Nota: Tomado de PYMES (2020). Los datos de 2020 son proyecciones del Banco Central del Ecuador basadas en la tasa de crecimiento de la provincia de Tungurahua y la actividad comercial.

De acuerdo con la tabla 73, la actividad media anual de una microempresa es de 166.327,92 dólares, la de una pequeña empresa es de 678.017,74 dólares y la de una mediana empresa es de 1.602.567,19 dólares para el año 2020. La riqueza de la microempresa es de 57.363,41

dólares, la de la más pequeña de 268.141,12 dólares y la de la media de 606.108,52 dólares. La utilidad media de las ventas de una microempresa es de 199.589,37 dólares, la de una pequeña empresa es de 580.470,80 dólares y la de una mediana empresa es de 1.472.159,07 dólares. La utilidad media de una microempresa es de 35.904,04 dólares, frente al valor más pequeño de (-)23.729,97 dólares y el valor medio de 71.966,60 dólares. Dado que los valores de las pequeñas empresas son negativos en contraste con los de las micro y medianas empresas, que terminan el ejercicio con una media, se observa que la situación en este ámbito se ha deteriorado en 2020.

c) Agricultura y ganadería.

Es así que la tercera provincia perteneciente a la Zona 3 es la de Tungurahua, se analiza la actividad de Agricultura y ganadería.

Tabla 74 *Actividad economía de Agricultura y ganadería en Tungurahua 2020*

	Activo promedio 2020	Patrimonio promedio 2020	Ingreso por venta promedio 2020	Utilidad/Pérdida 2020
Microempresa	370.988,50	138.064,60	365.053,56	6.126,41
Pequeña	480.809,43	182.673,84	453.017,50	-5.383,53
Mediana	597.859,60	233.526,79	527.854,39	-16.806,18

Nota: Tomado de PYMES (2020). Los datos de 2020 son proyecciones del Banco Central del Ecuador basadas en la tasa de crecimiento de la provincia de Tungurahua en términos de actividad económica.

La actividad media anual de una microempresa es de 370.988 dólares, la de una pequeña empresa es de 480.809 dólares y la de una mediana empresa es de 597.859,60 dólares. La riqueza de la microempresa es de 138.064,60 dólares, la de la más pequeña es de 182.673,84 dólares, y la de la media es de 233.526,79 dólares. La mediana de los ingresos por ventas de una microempresa es de 365.053,56 dólares, la de las pequeñas es de 453.017 dólares y la de las grandes es de 527.854,39 dólares. La utilidad mediana de una microempresa es de 6.126,41 dólares, mientras que la utilidad mediana de una pequeña empresa es de (-)5.383,53 dólares, y (-)16.806,18 dólares la mediana. Debido a que sus valores son negativos, a diferencia de la microempresa, que termina el ejercicio con una media alta en comparación con las demás empresas, la situación de las pequeñas y medianas empresas se ha deteriorado en 2020.

d) Industrias Manufactureras.

Es así como la tercera provincia perteneciente a la Zona 3 es la de Tungurahua, se analiza la actividad económica de Industrias Manufactureras.

Tabla 75 *Actividad economía de Industrias Manufactureras en Tungurahua 2020*

	Activo promedio 2020	Patrimonio promedio 2020	Ingreso por venta promedio 2020	Utilidad 2020
Microempresa	9.315,38	1.178,92	20.517,90	-3.455,28
Pequeña	962.098,50	349.362,21	980.026,64	171.310,44
Mediana	4.088.361,19	3.686.300,66	3.708.625,44	433.567,06

Nota: Tomado de PYMES (2020). Tomado de PYMES (2020). Los datos de 2020 son proyecciones del Banco Central del Ecuador basadas en la tasa de crecimiento de la provincia de Tungurahua y la actividad de la industria manufacturera.

De acuerdo con la tabla 75, la actividad media anual de una microempresa es de 9.315,38 dólares, la de una pequeña empresa es de 962.098,50 dólares, y la de una mediana empresa es de 4.088.361,19 dólares para el año 2020. La riqueza de la microempresa es de 1.178,92 dólares, mientras que la de la más pequeña es de 349.362,21 dólares, y la de la mediana es de 3.686.300,66 dólares. Los ingresos medios por ventas de una microempresa son de 20.517,90 dólares, los de una pequeña empresa son de 980.026,64 dólares y los de una mediana empresa son de 3.708.625,44 dólares. La utilidad media para una microempresa es de (-)3.455,28 dólares, para las pequeñas empresas, de 171.310,44 dólares, y para las medianas, de 433.567,06 dólares. Dado que los valores de la microempresa son negativos, a diferencia de la pequeña y mediana empresa, que termina el ejercicio con un promedio superior al de los otros tipos de empresas, es evidente que la situación de la microempresa se ha deteriorado para el año 2020.

e) Construcción.

Es así como la tercera provincia perteneciente a la Zona 3 es la de Tungurahua, se analiza la actividad económica de Construcción.

Tabla 76 *Actividad economía de Construcción en Tungurahua 2020*

	Activo promedio 2020	Patrimonio promedio 2020	Ingreso por venta promedio 2020	Utilidad 2020
Microempresa	1.682.283,86	660.609,12	1.438.987,95	-32.235,61
Pequeña	267.684,25	94.195,51	310.224,15	55.068,35
Mediana	597.847,09	233.526,79	527.848,30	-16.804,52

Nota: Tomado de PYMES (2020). Los datos de 2020 son proyecciones del Banco Central de Ecuador basadas en la tasa de crecimiento de la provincia de Tungurahua y la actividad de la industria de la construcción.

De acuerdo con la tabla 76, la actividad media anual de una microempresa es de 1.682.283,86 dólares, la de una pequeña empresa es de 267.684,25 dólares y la de una empresa mediana es de 597.847,09 dólares. La riqueza de la microempresa es de 660.609,12 dólares, frente a los 94.195,51 dólares de la pequeña empresa y los 233.526,79 dólares de la empresa media. Los ingresos medios por ventas de una microempresa son de 1.438.987,95 dólares, y van desde los 310.224,15 dólares de la más pequeña hasta los 527.848,30 dólares de la más grande. La utilidad media de las microempresas es de (-)32.235,61 dólares, la de las pequeñas empresas es de 55.068,35 dólares, mientras que la de las medianas es de (-) 16.804,52 dólares. Debido a que sus valores son negativos, a diferencia de la microempresa, que termina el ejercicio con un promedio alto en comparación, se observa que la situación en materia de utilidad en las pequeñas y medianas empresas se ha deteriorado en 2020.

4. Pastaza.

a) Servicio.

Es así como la cuarta provincia perteneciente a la Zona 3 es la de Pastaza, se analiza la actividad económica de Servicio.

Tabla 77 *Actividad economía de Servicio en Pastaza 2020*

	Activo promedio 2020	Patrimonio promedio 2020	Ingreso por venta promedio 2020	Utilidad 2020
Microempresa	21.818,53	6.954,27	39.782,06	-7.287,99
Pequeña	122.446,72	41.729,54	157.891,68	-24.804,55
Mediana	2.741,62	2.741,62	0	-7,02

Nota: Tomado de PYMES (2020). Los datos de 2020 son proyecciones del Banco Central de Ecuador basadas en la tasa de crecimiento provincial de Pastaza, una actividad económica del sector servicios.

Según las pruebas, la actividad media anual de una microempresa es de 21.818,53 dólares, la de una pequeña empresa es de 122.446,72 dólares y la de una empresa mediana es de 2.741,62 dólares para el año 2020. La riqueza de la microempresa es de 6.954,27 dólares, frente a los 41.729,54 dólares de la pequeña empresa y los 2.741,62 dólares de la mediana. La utilidad media de las ventas de una microempresa es de 39.782,06 dólares, la de una pequeña empresa es de 157.891,68 dólares y la de una gran empresa es de 0 dólares. La utilidad media para una microempresa es de (-)7.287,99 dólares, para la pequeña empresa es de (-)24.804,55 dólares, para la mediana empresa es de (-)7,02 dólares. Se observa que la situación en 2020 se ha deteriorado en el ámbito de la utilidad en todas las PYMES con valores negativos para todo el ejercicio del sector servicios.

b) Comercio.

Es así que la cuarta provincia perteneciente a la Zona 3 es la de Pastaza, se analiza la actividad económica de Comercio.

Tabla 78 *Actividad economía de Comercio en Pastaza 2020*

	Activo promedio 2020	Patrimonio promedio 2020	Ingreso por venta promedio 2020	Utilidad 2020
Microempresa	2.858,57	-12,07	14.149,48	-4.884,94
Pequeña	82.731,07	27.954,99	112.211,76	-16.541,77

Nota: Tomado de PYMES (2020). Los datos de 2020 son proyecciones del Banco Central de Ecuador basadas en la tasa de crecimiento de la provincia de Pastaza en términos de actividad económica.

De acuerdo con la tabla 78, los ingresos anuales medios de una microempresa en 2020 serán de 2.858,57 dólares, mientras que los de una pequeña empresa serían de 82.731,07 dólares. La riqueza de la microempresa es de 12,07 dólares, mientras que la de la pequeña empresa es de 27.954,99 dólares. Los ingresos medios por ventas de una microempresa son de 14.149,48 dólares, y los ingresos medios son de 112.211,76 dólares. La utilidad media de una pequeña empresa y de una microempresa es, respectivamente, de (-)4.884,94 dólares y de (-)16.541,77 dólares. Una observación es que la situación en 2020 ha aumentado el área de ingresos por utilidad para la pequeña empresa durante ese año fiscal.

c) Agricultura y ganadería.

Es así como la cuarta provincia perteneciente a la Zona 3 es la de Pastaza, se analiza la actividad económica de Agricultura y ganadería.

Tabla 79 Actividad economía de Agricultura y ganadería en Pastaza 2020

	Activo promedio 2020	Patrimonio promedio 2020	Ingreso por venta promedio 2020	Utilidad 2020
Microempresa	46.672,20	15.634,82	71.285,92	-11.642,04
Pequeña	127.636,97	43.533,92	162.793,64	-25.110,38
Mediana	27.041,62	29.041,62	0	-1.028,98

Nota: Tomado de PYMES (2020). Los datos de 2020 son proyecciones del Banco Central de Ecuador basadas en la tasa de crecimiento de la provincia de Pastaza y la actividad agrícola y de empleo remunerado de la economía.

De acuerdo con la tabla 79, la actividad media anual de una microempresa es de 46.672,20 dólares, la de una pequeña empresa es de 127.636,97 dólares, y la de una mediana empresa es de 27.041,62 dólares para el año 2020. La riqueza de la microempresa es de 15.634,82 dólares, la más pequeña de 43.533,92 dólares y la mediana de 29.041,62 dólares. La utilidad media de las ventas para una microempresa es de 71.285,92 dólares, para una pequeña empresa es de 162.793,64 dólares y para una gran empresa es de 0 dólares. La utilidad mediana para una microempresa es de dólares (-)11.642.04, la más pequeña es de dólares (-)25.110,38, y la mediana es de (-)1.028.98 en promedio. Se observa que la situación en 2020 se ha deteriorado en el ámbito de la utilidad en todas las PYMES con valores negativos a lo largo del ejercicio para el sector agrícola y forestal.

d) Construcción.

Es así como la cuarta provincia perteneciente a la Zona 3 es la de Pastaza, se analiza la actividad económica de la Construcción.

Tabla 80 *Actividad economía de Construcción en Pastaza 2020*

	Activo promedio 2020	Patrimonio promedio 2020	Ingreso por venta promedio 2020	Utilidad 2020
Microempresa	116.585,72	39.561,38	151.897,35	-24.285,36
Pequeña	74.427,45	25.139,18	100.993,10	-14.520,86
Mediana	2.339.993,59	887.558,89	2.051.357,25	-361.023,99

Nota: Tomado de PYMES (2020). Los datos de 2020 son proyecciones del Banco Central de Ecuador basadas en la tasa de crecimiento de la provincia de Pastaza y la actividad económica del sector de la construcción.

La actividad media anual de una microempresa es de 116.585,72 dólares, la de una pequeña empresa es de 74.427,45 dólares y la de una mediana empresa es de 2.339.993,59 dólares. La riqueza de la microempresa es de 39.561,38 dólares, la más pequeña de 25.139,18 dólares y la más grande de 887.558,89 dólares. Los ingresos medios por ventas de una microempresa son de 151.897,35 dólares, los de una pequeña empresa son de 100.993,10 dólares y los de una empresa mediana son de 2.051.357,25 dólares. La utilidad media de una microempresa es de (-)24.285 dólares, frente a los (-)14.520 dólares de las pequeñas empresas y los (-)361.0239 dólares de las medianas. Se observa que la situación en 2020 se ha deteriorado en el ámbito de la utilidad en todas las PYMES con valores negativos en todo el ejercicio del sector de la construcción.

4.3.14 Comparativa de provincias de la Zona 3 – Servicio.

Con la finalidad de analizar las variaciones y parámetros de la estructura contable- financiera y su conformación patrimonial, en la tabla 40 se refleja las diferencias por tamaños de empresas, referente a los activos, patrimonio, ingresos y utilidad, según su tamaño.

Tabla 81 *Actividad economía de Servicio Zona 3.*

	Activo promedio 2020	Patrimonio promedio 2020	Ingreso por venta promedio 2020	Utilidad 2020
Cotopaxi				
Microempresa	67.283,35	22.530,28	93.859,83	-14.587,66
Pequeña	108.464,23	37.163,00	143.111,19	-21.820,19
Mediana	289.377,71	104.724,25	301.763,94	17.740,31
Chimborazo				
Microempresa	40.254,90	13.476,95	64.564,52	-10.506,95
Pequeña	122.471,95	41.935,84	164.665,13	-23.882,03
Mediana	806.317,17	296.122,27	801.238,87	54.286,08
Tungurahua				
Microempresa	16.154,63	4.882,23	30.175,39	-4.877,84
Pequeña	118.350,22	40.720,49	160.904,17	-22.490,78
Mediana	180.729,91	63.307,65	211.770,27	38.616,79
Pastaza				
Microempresa	21.818,53	6.954,27	39.782,06	-7.287,99
Pequeña	122.446,72	41.729,54	157.891,68	-24.804,55
Mediana	2.741,62	2.741,62	0	-7,02

Nota: Tomado de PYMES (2020). los datos de 2020 son proyecciones realizadas por el Banco Central de Ecuador basadas en la tasa de crecimiento de la actividad económica de la Zona 3 en el sector de los servicios.

De acuerdo a la Tabla 81, se evidencia que para el año 2020, que el activo promedio más alto se presenta en la microempresa de la provincia de Cotopaxi con 67.283,35 dólares y el más bajo en la provincia de Tungurahua con 16.154,63 dólares. En cambio, para el patrimonio promedio con un alto valor es la provincia de Cotopaxi con 22.530,28 dólares y el menor fue la provincia de Tungurahua con 4.882,23 dólares. El ingreso fue alto para Cotopaxi con 93.859,83 dólares y menor en Tungurahua 30.175,39 dólares. La utilidad presenta pérdidas en todas las provincias de la Zona 3.

En cambio, para la pequeña empresa se evidencia en Chimborazo 122.471,95 dólares y menor en Cotopaxi con 108.464,23 dólares como activo promedio; el patrimonio promedio es de Chimborazo 41.935,84 dólares y menor en Cotopaxi 37.163,00 dólares. Ingreso promedio en Chimborazo 164.665,13 dólares y menor en Cotopaxi 143.111,19. dólares Y la utilidad presenta pérdidas en todas las provincias de la Zona 3.

Para la mediana empresa fue Chimborazo con 806.313,17 dólares y menor en Pastaza con 2.741,62 dólares, en el activo promedio; en Chimborazo con 296.122,27 dólares y menor en Pastaza 2.741,62 dólares en patrimonio promedio. En ingreso promedio es Chimborazo con

801.238,87 dólares y menor Pastaza con 0; la utilidad en Chimborazo con 54.286,08 dólares y menor en Pastaza con (-)7,02, dólares.

Tabla 82 *Actividad economía de Comercio Zona 3.*

	Activo promedio 2020	Patrimonio promedio 2020	Ingreso por venta promedio 2020	Utilidad 2020
Cotopaxi				
Microempresa	20.989,93	6.665,37	40.322,30	20.989,93
Mediana	4.042.063,86	869.680,00	1.249.508,00	61.563,21
Chimborazo				
Microempresa	19.140,22	11.070,22	76.493,72	670,03
Pequeña	133.778,45	47.125,17	184.691,47	-24.090,94
Mediana	1.328.681,18	487.653,29	1.284.228,50	1.283.010,74
Tungurahua				
Microempresa	166.327,92	57.963,41	199.589,37	35.904,04
Pequeña	678.017,74	268.141,12	580.470,80	-23.729,97
Mediana	1.602.567,19	606.108,52	1.472.159,07	71.966,60
Pastaza				
Microempresa	2.858,57	-12,07	14.149,48	-4.884,94
Pequeña	82.731,07	27.954,99	112.211,76	-16.541,77

Nota: Tomado de PYMES (2020). Los datos de 2020 son proyecciones realizadas por el Banco Central de Ecuador de acuerdo con la tasa de crecimiento de la actividad económica de la Zona 3.

De acuerdo con la tabla 82 se evidencia que, en el año 2020, que el promedio de los activos más altos en la microempresa de la provincia de Tungurahua con 166.327,92 dólares y el más bajo en la provincia de Pastaza con 2.858,57 dólares. En cambio, para el patrimonio promedio con un alto valor es la provincia de Tungurahua con 57.963,41 dólares y el menor fue la provincia de Pastaza (-)12,07 dólares. El ingreso fue alto para Tungurahua con 199.589,37 dólares y menor en Pastaza con 14.149,48 dólares. La utilidad más alta es en Tungurahua con 35.904,04 dólares y con valores negativos en Pastaza con (-) 4.884,94 dólares.

En cambio, para la pequeña empresa se evidencia en Tungurahua 678.017,74 dólares y menor en Cotopaxi con 0.00 dólares como activo promedio; el patrimonio promedio es de Tungurahua 268.141,12 dólares y menor en Cotopaxi 0,00 dólares. Ingreso promedio en Tungurahua 580.470,80 dólares y menor en Cotopaxi en 0,00 dólares. Y la utilidad presenta pérdidas en toda la Zona 3.

Para la mediana empresa fue Cotopaxi con 4.042.063,86 dólares y menor en Pastaza con 0,00 dólares en el activo promedio; en Cotopaxi con 869.680,00 dólares y menor en Pastaza

0,00 dólares en patrimonio promedio. En ingreso promedio es Tungurahua con 1.472.159,07 dólares y menor Pastaza con 0,00 dólares; la utilidad en Chimborazo con 1.283.10,74 dólares y menor en Pastaza con 0,00 dólares.

3.5.7 Comparativa de provincias de la Zona 3 – Agricultura y ganadería.

Tabla 83 Actividad economía de Agricultura y ganadería Zona 3

Tamaño de empresas	Activo promedio 2020	Patrimonio promedio 2020	Ingreso por venta promedio 2020	Utilidad 2020
Cotopaxi				
Microempresa	121.565,48	41.401,30	156.718,24	-24.635,70
Pequeña	617.703,08	241.774,99	540.748,70	-17.909,49
Mediana	303.466,16	110.832,78	313.719,15	14.426,39
Chimborazo				
Microempresa	27.599,96	8.928,62	48.804,58	-8.718,92
Pequeña	122.471,95	41.935,84	164.665,13	-23.882,03
Mediana	136.837,51	46.574,12	192.325,32	-22.030,10
Tungurahua				
Microempresa	370.988,50	138.064,60	365.053,56	6.126,41
Pequeña	480.809,43	182.673,84	453.017,50	-5.383,53
Mediana	597.859,60	233.526,79	527.854,39	-16.806,18
Pastaza				
Microempresa	46.672,20	15.634,82	71.285,92	-11.642,04
Pequeña	127.636,97	43.533,92	162.793,64	-25.110,38
Mediana	27.041,62	29.041,62	0	-1.028,98

Nota: Tomado de PYMES (2020). Los datos de 2020 son proyecciones realizadas por el Banco Central de Ecuador en base a la tasa de crecimiento de la actividad económica de la Zona 3 de agricultura y recolección.

De acuerdo con la tabla 83, se evidencia que, en el año 2020, el promedio más alto es en la microempresa de la provincia de Tungurahua con 370.988,50 dólares y el más bajo en la provincia de Chimborazo con 27.599,96 dólares. En cambio, para el patrimonio promedio con un alto valor es la provincia de Tungurahua con 365.053,56 dólares y el menor fue la provincia de Chimborazo con 8.928,62 dólares. El ingreso fue alto para Tungurahua con 199.589,37 dólares y menor en Chimborazo con 48.804,58 dólares. La utilidad más alta es en Tungurahua con 6.126,41 dólares y con valores negativos en Cotopaxi con (-) 24.635,70 dólares.

En cambio, para la pequeña empresa se evidencia en Cotopaxi 617.703,08 dólares y menor en Chimborazo con 122.471,95 dólares como activo promedio; el patrimonio promedio es de Cotopaxi 241.774,99 dólares y menor en Chimborazo con 41.935,84 dólares. Ingreso promedio en Cotopaxi 540.748,79 dólares y menor en Pastaza en 162.793,64 dólares. Y la utilidad presenta pérdidas en todas las provincias de la Zona 3.

Para la mediana empresa fue Tungurahua con 597.859,60 dólares y menor en Pastaza con 27.041,62 dólares en el activo promedio; en Tungurahua con 233.526,79 dólares y menor en Pastaza 29.041,62 en patrimonio promedio. En ingreso promedio es Tungurahua con dólares 527.854,39 dólares y menor Pastaza con 0,00 dólares; la utilidad en Cotopaxi con 14.426,39 dólares y menor en Chimborazo con (-)22.30,10 dólares.

3.4.7.- Comparativa de provincias de la Zona 3 – Construcción

Tabla 84 *Actividad economía de Construcción Zona 3*

	Activo promedio 2020	Patrimonio promedio 2020	Ingreso por venta promedio 2020	Utilidad 2020/Pérdida
Cotopaxi				
Microempresa	97.537,85	33.364,38	131.849,47	-20.490,03
Pequeña	171.024,50	58.846,75	212.495,53	55.958,21
Mediana	1.367.442,44	504.183,85	1.305.456,79	219.415,28
Chimborazo				
Microempresa	108.440,91	37.243,05	143.273,02	-22.405,34
Pequeña	261.235,25	91.288,32	315.651,05	80.105,56
Mediana	112.059,75	14.501,29	2.330.592,17	10.576,87
Tungurahua				
Microempresa	1.682.283,86	660.609,12	1.438.987,95	-32.235,61
Pequeña	267.684,25	94.195,51	310.224,15	55.068,35
Mediana	597.847,09	233.526,79	527.848,30	-16.804,52
Pastaza				
Microempresa	116.585,72	39.561,38	151.897,35	-24.285,36
Pequeña	74.427,45	25.139,18	100.993,10	-14.520,86
Mediana	2.339.993,59	887.558,89	2.051.357,25	-361.023,99

Nota: Tomado de PYMES (2020). Los datos de 2020 son proyecciones realizadas por el Banco Central de Ecuador en base a la actividad económica de la construcción en la Zona 3 de crecimiento.

De acuerdo a la Tabla 84, se evidencia que para el año 2020, que el activo promedio más alto en la microempresa de la provincia de Tungurahua con 1.682.283,86 dólares y el más bajo en la provincia de Cotopaxi con 97.537,85 dólares. En cambio, para el patrimonio promedio con un alto valor es la provincia de Tungurahua con 660.609,12 y dólares el menor

fue la provincia de Cotopaxi con 33.364,38 dólares. El ingreso fue alto para Tungurahua con 1.438.987,95 dólares y menor en Cotopaxi con 131.849,47 dólares. Y la utilidad presenta pérdidas en todas las provincias de la Zona 3.

En cambio, para la pequeña empresa se evidencia en Tungurahua 267.684,25 dólares y menor en Pastaza con 74.427,45 dólares como activo promedio; el patrimonio promedio es de Tungurahua 94.195,51 dólares y menor en Pastaza con 25.139,18 dólares. Ingreso promedio en Tungurahua 310.224,15 dólares y menor en Pastaza en 100.993,10 dólares. La utilidad más alta es en Chimborazo con 80.105,56 dólares y con valores negativos en Pastaza con (-)14.520,86.

Para la mediana empresa fue Pastaza con 2.339.993,59 dólares y menor en Chimborazo con 112.059,75 dólares en el activo promedio; en Pastaza con 887.558,89 dólares y menor en Chimborazo 14.501,29 dólares en patrimonio promedio. En ingreso promedio es Chimborazo con 2.330.592,17 dólares y menor Tungurahua con 527.848,30 dólares; la utilidad en Cotopaxi con 219.415,28 dólares y menor en Pastaza con (-)361.023,99 dólares.

4.4 Discusión.

Conocimientos previos, facilita la adaptación de los comportamientos a diversas situaciones, temas técnicos y administrativos, así como el conocimiento de lugares estratégicos y acciones políticas, es diferente. Además, en la medida en que el sistema productivo ecuatoriano cambia, se están realizando permutas estructurales para cumplir con las formas tradicionales del proceso y la estructura productiva actual, así como nuevas formas de diversificar la producción en nuevas áreas adecuadas y los retos actuales se adaptan a los desafíos actuales.

Es compatible con (Francisco, Rafael, & León, 2016) formar una buena política de puesta en marcha y es un concepto aceptado socialmente sobre el tipo de negocio que necesita un país, una percepción debe adaptarse a la realidad actual en el que se desenvuelven las empresas tomando en cuenta la estacionalidad, porque la dinámica de una entidad simplemente no se puede enfatizar en un futuro próximo, donde la sociedad muestra el potencial en el momento del diseño de la idea, sino en la ejecución del plan de acción comercial.

Es necesario fortalecer las actividades comerciales en todos los niveles ya sea local, nacional e internacional, enfocándose especialmente en la creatividad y el desarrollo de pequeñas y medianas empresas. Es importante destacar las condiciones que deben tener para sus predicciones, como la estabilidad social y política, el apoyo gubernamental y los sectores empresariales privados. Estos deben tener un marco legal, institucional y regulación del mercado sin crear barreras a estas empresas. Las políticas económicas y macroeconómicas deben monitorear su desarrollo e impacto en la actividad económica al determinar su posible evolución.

Se considera extremadamente importante para el país y especialmente las actividades realizadas por micro, medianas y pequeñas empresas. Las empresas que se agrupan en esta ciudad son el eje básico del comercio, los servicios y muchas actividades sin que un tejido comercial no puede funcionar.

El diagnóstico ha implementado los principales activos de pequeñas y medianas empresas que enfatizan sus aspectos comunes. Es posible declarar que sobre la base de encontrar 8 deficiencias que se resolverán a corto plazo como:

1. Los niveles de baja tecnología,
2. La producción y ausencia de estándares,
3. Carece de calidad del sistema, certificación de productos y servicios,
4. Pequeñas diferencias competitivas,
5. Trabajo no calificado,
6. Falta la precaución masculina,
7. Escasa información de grupos de gestión y
8. Diseño de modelos sin diseño, estrategia y acciones que fomentan el desarrollo de la entidad.

Aunque el valor financiero de las pequeñas y medianas empresas a veces puede ser un concepto subjetivo, debe ir acompañado de una base teórica lo suficiente como para regular el nivel de valores que se adaptan a los beneficios de dos lados, en el momento de las negociaciones de una empresa. No se espera que un número sea el valor correcto y definitivo de un negocio. Se toma una variedad de valores, y se convierte en un valor estimado, un

producto de un proceso objetivo que utiliza métodos financieros de flujo de efectivo para tomar decisiones.

4.5 Anexo de la encuesta a los directores de las Pymes de la Zona 3.

Información General

- a) Genero del emprendedor.
- b) Instrucción del emprendedor

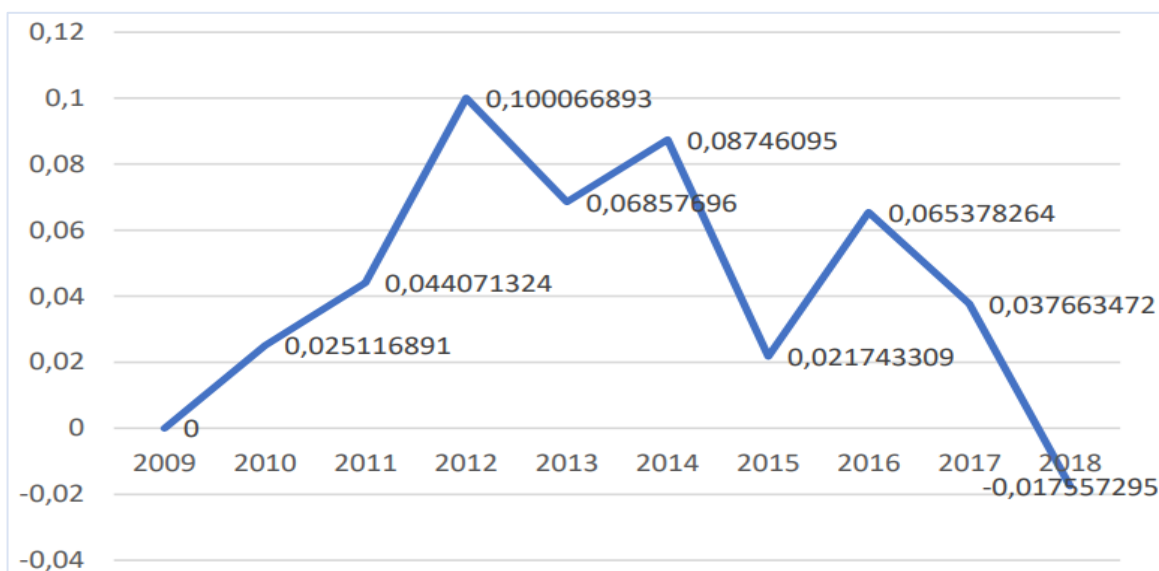
INFORMACION ESPECIFICA

1. **¿Por qué motivo creó la empresa?**
2. **¿Disponía de experiencia previa en gestión de una PYME?**
3. **3.- ¿Cómo obtuvo el capital inicial para crear la empresa?**
4. **4.- ¿Cuáles son los principales clientes?**
5. **¿Cómo califica el nivel de competitividad de la empresa?**
6. **¿Cómo ha sido el desarrollo de la imagen corporativa de la empresa en los últimos 5 años?**
7. **¿Cuál es el porcentaje que la empresa ha crecido?**
8. **¿Cuál considera que es la principal barrera externa que impide el crecimiento de la empresa?**
9. **¿Cuál considera que es la principal barrera interna que impide el crecimiento de la empresa?**
10. **¿Cree que se necesita de promoción para los diferentes programas de apoyo y asociatividad para las PYMES?**

4.6 Respuesta a las preguntas del problema.

4.6.1 Variaciones porcentuales anuales del número de PYMES en Ecuador de 2009 a 2018.

Figura 11 Tasas de crecimiento anual de las PYMES en Ecuador de 2009 a 2018.



Nota: Supercias (2018)

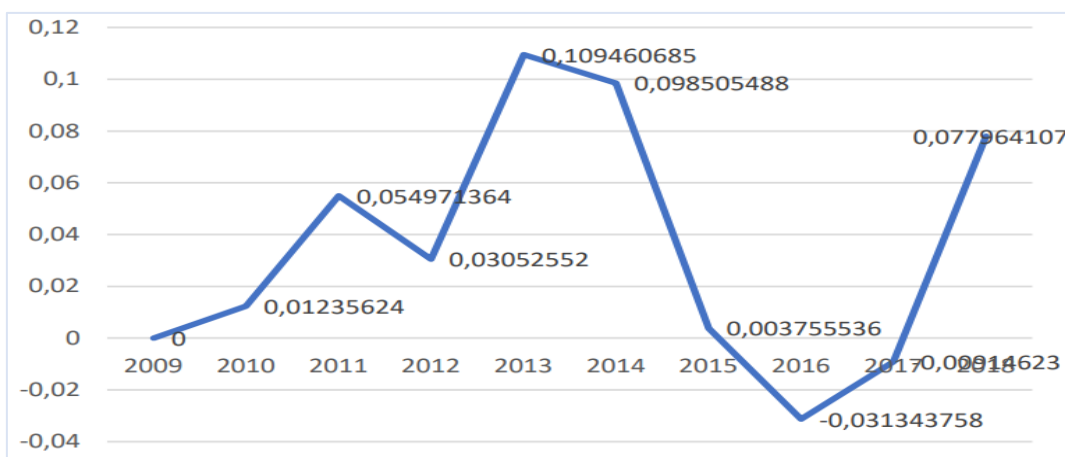
Las variaciones anuales del número de PYMES en el país permiten tener una visión más clara de los cambios en el tamaño de estas empresas y sus tendencias de crecimiento. Se concluye que el número de estas empresas tiene una fuerte tendencia a crecer desde 2009, inicio del periodo, hasta 2012, con una tasa de crecimiento media del 5,6% para el periodo de tiempo. A partir de 2013 y hasta 2018, esta tendencia fue disminuyendo paulatinamente con tasas de crecimiento más bajas a medida que pasaba el tiempo. Es vital señalar que la tasa de crecimiento promedio para este período de tiempo fue del 4,5%, y que entre 2017 y 2018, esta tendencia se redujo en un 2%, lo que indica una disminución.

Mejía & Jiménez, (2020) afirma que más allá del número de estas Las empresas tienden a experimentar importantes fluctuaciones no sólo en la economía ecuatoriana, sino también en todas las economías mundiales, debido al gran número de cierres y establecimientos de este tipo de empresas, que sólo duran breves periodos de tiempo en la mayoría de las economías, ya que estos negocios suelen ser muy sensibles esto debido a la facilidad de constitución y cierre de este tipo de empresa en la economía que permite la constante creación y desaparición de estas empresas en un proceso altamente beneficioso para la economía que

absorbe el desempleo friccional y de paso permite la localización de capitales en sectores más rentables (Banco Mundial, 2015).

4.6.2 Tasas de variación anual de las ventas totales de PYMES Ecuador de 2009 a 2018.

Figura 12 Porcentajes anuales totales de variación de las ventas de PYMES Ecuador de 2009 a 2018.



Nota: Supercias (2018)

Entre 2009 y 2014, las ventas globales del sector aumentaron significativamente, una media del 6,12% anual. Sin embargo, el sector comenzó a tener problemas en 2015, 2016 y 2017, y las ventas empezaron a disminuir gradualmente. Esto se debió a que el crecimiento de las ventas durante este tiempo fue sólo del 4%, -3,14% y -1%. Recuperando finalmente estas para el 2018, cuando crecieron un 7,8% en comparación con los años anteriores. En los años 2015 y 2016 se inició un marcado descenso en las ventas de PYMES en Ecuador como consecuencia de cuestiones económicas internas que finalmente llevaron al cierre de varios de estos negocios y, como consecuencia, a más problemas.

Entre 2009 y 2014, la industria experimentó un importante crecimiento tanto en ventas como en tamaño; sin embargo, a partir de 2015, la industria comenzó a experimentar un progresivo descenso en las ventas que se prolongó hasta 2017 y que, en promedio, provocó que el número de esta empresa disminuyera en 2018 en comparación con años anteriores.

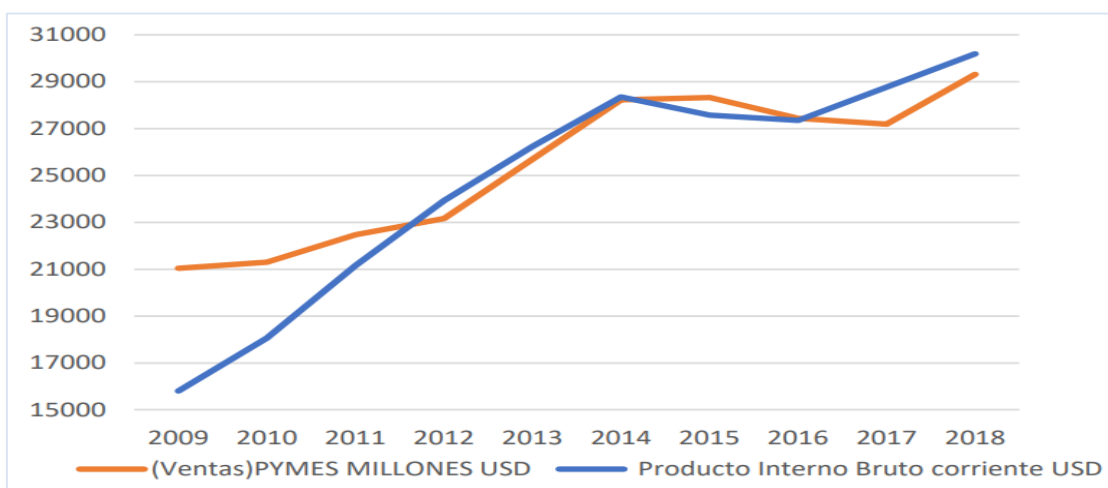
El análisis de este gráfico pone de manifiesto la estrecha relación entre las operaciones de estas empresas y el crecimiento económico porque, en primer lugar, los problemas

presupuestarios del Estado deterioraron la economía interna, que se mantuvo a flote gracias a las iniciativas de liquidez del Gobierno.

Esto agravó la situación de las PYMES, que vieron severas reducciones y caídas en sus ventas en los años 2015, 2016 y 2017, llevando al cierre de varios de estos negocios en los años 2017 y 2018. Esta situación a su vez perjudicó en gran medida a la economía ya que estas empresas mantienen una relación directa con la generación de empleo y aporte a producto interno bruto lo que a su vez afectó a los niveles de crecimiento Capito Marcatoma, (2019).

4.6.3 Evolución del Producto Interior Bruto y de las Ventas Totales de las PYMES en Ecuador de 2009 a 2018.

Figura 13 *Evolución del producto Interno bruto y las venta totales d las PYMES Ecuador 2009-2018*



Nota: Banco Mundial, Supercias (2018)

Como se observa en el gráfico, las variables estudiadas tienen una trayectoria similar en el transcurso del periodo estudiado, mostrando un crecimiento constante desde 2009 hasta 2014, un descenso en 2015 y 2016, y luego una ligera recuperación en 2017 y 2018. De este modo, tanto los picos positivos como los negativos de ambas variables coinciden.

Así, en el pico correspondiente a 2014, se produce un aumento de las variables como consecuencia de las perspectivas positivas de la economía nacional provocadas por las iniciativas de liquidez del gobierno, así como por las inversiones y los aumentos salariales

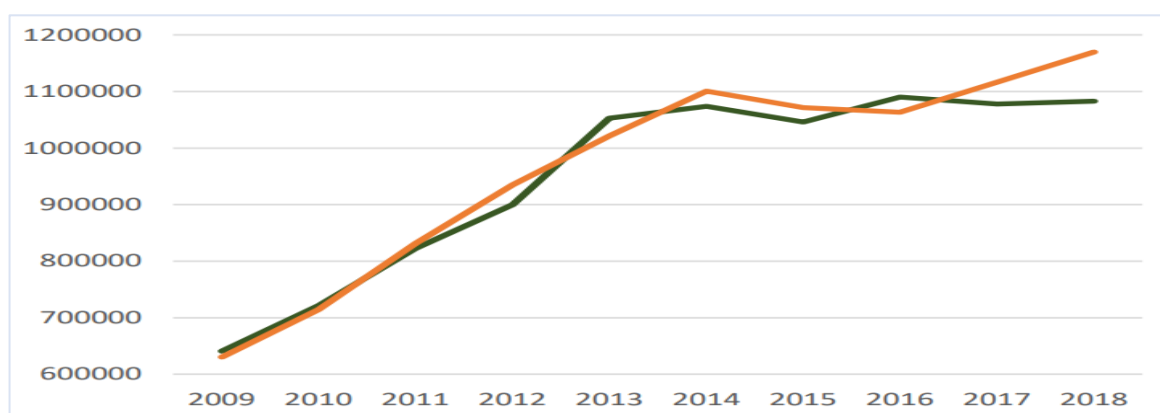
realizados por el sector empresarial, entre los que se encuentran las PYMES. En 2016, hubo una correlación negativa entre las variables debido tanto a la disminución de la inversión del gobierno y del sector privado como al fortalecimiento del dólar. En consecuencia, en el pico correspondiente a 2014, se produce un aumento de las variables debido a las perspectivas positivas de la economía nacional provocadas por las iniciativas de liquidez del gobierno, así como por las inversiones y los aumentos salariales realizados por el sector empresarial.

Así, en el pico correspondiente a 2014, se produce un aumento de las variables como consecuencia de las perspectivas positivas de la economía nacional provocadas por las iniciativas de liquidez del gobierno, así como por las inversiones y los aumentos salariales realizados por el sector empresarial, entre los que se encuentran las PYMES.

En 2016, hubo una correlación negativa entre las variables debido tanto a la disminución de la inversión del gobierno y del sector privado como al fortalecimiento del dólar. En consecuencia, en el pico correspondiente a 2014, se produce un aumento de las variables debido a las perspectivas positivas de la economía nacional provocadas por las iniciativas de liquidez del gobierno, así como por las inversiones y los aumentos salariales realizados por el sector empresarial.

4.6.4 Evolución del producto interno y empleo de las PYMES en Ecuador, 2009-2018.

Figura 14 *Evolución del Producto interno bruto y los Empleos PYMES ecuador 2009-2018*



Nota: Banco Mundial, Supercías (2018)

En el gráfico se observa que las variables Empleo PYMES y Producto Interior Bruto tienen una trayectoria o tendencia similar a lo largo del periodo de estudio considerado, con un

crecimiento constante de 2009 a 2014, un descenso en 2015 y 2016, y luego una ligera recuperación en 2017 y 2018.

De esta forma, coinciden tanto los picos positivos como los negativos de ambas variables.

De este modo, el crecimiento de las variables en el pico que corresponde a 2014 responde a la economía, así como a los incrementos de la demanda interna y del gasto de los consumidores que hicieron crecer tanto la demanda de bienes como la necesidad de mano de obra.

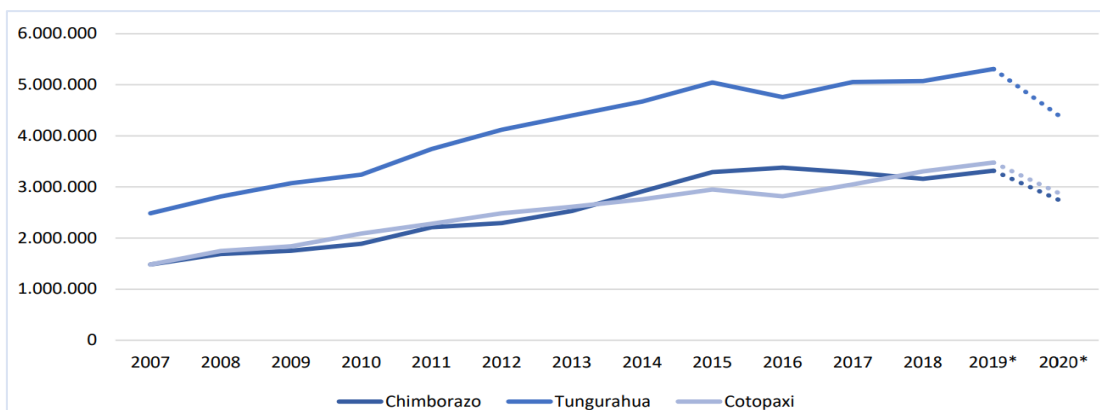
En 2016, los recortes de la inversión tanto del sector público como del privado se tradujeron en una menor demanda de trabajo y de bienes, lo que se refleja en el descenso de ambos indicadores. Finalmente, en 2018 se observan mejoras en ambas variables como consecuencia de la estabilización del ciclo económico, el aumento de la flexibilidad laboral y las inversiones del sector privado. Con esto, se establece que las variables PIB y EMPLEADOS tienen una relación inusual.

Producción bruta.

Se conoce a la PB como el equivalente al valor bruto de producción. Es el valor de mercado de todos los bienes y servicios (mercancías) producidos durante un período determinado, incluyen los trabajos en curso y los productos para su utilización por cuenta propia. La valoración se suele hacer a precios de productos, es decir, al valor de mercado en el establecimiento del productor; o en valores básicos aproximados, es decir, a precios de productor menos los correspondientes impuestos netos sobre las mercancías.

4.6.5 Producción de Bruta de la Zona 3 en relación con la producción nacional de 2014 a 2020 en miles de dólares.

Figura 15 Producción de Bruta de la Zona 3 en relación con la producción nacional de 2014 a 2020 en miles de dólares.



Nota: Nota: *Previsiones para 2020 basadas en el informe estadístico de la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo del INEC

La producción global de la Zona 3 se incrementó en un 5% en el 2019 con respecto al 2018 debido principalmente al crecimiento productivo de la provincia de Tungurahua, que aportó con 5.309.624 millones de dólares, es decir, aproximadamente el 44% de la producción total de la Zona, mientras que Chimborazo y Cotopaxi representaron el 27% y 29%, respectivamente, de la producción bruta de la Zonal. Como resultado de la crisis sanitaria, en el 2020, (Sánchez, Variables macroeconómicas de la zona 3, 2020) Las estimaciones de reducción del 10% de la producción afectarán principalmente a la provincia de Tungurahua porque las actividades de manufactura, comercio y construcción dominan su estructura productiva y han sido severamente impactadas por las restricciones de transporte y circulación tanto de materias primas como de mano de obra.

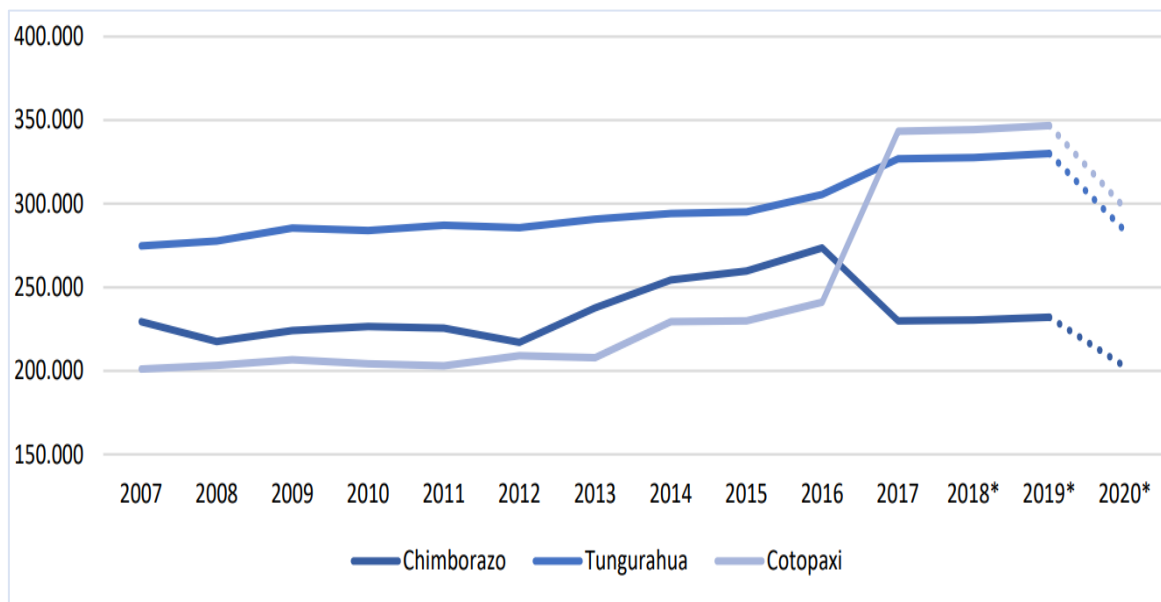
4.6.6 Empleo y desempleo.

Estos indicadores expresan el nivel de desocupación entre la población económicamente activa.

Empleo total, Zona de planificación 3 periodo 2007 – 2020. Número de personas

Figura 16 Empleo total, Tercera Zona de Planificación, 2007-2020.

Número de personas



Nota: *pronósticos del año 2020 basado en el informe estadístico de la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo del INEC (2020).

La provincia con más empleo es Tungurahua por su ubicación en la región de la Zona 3.

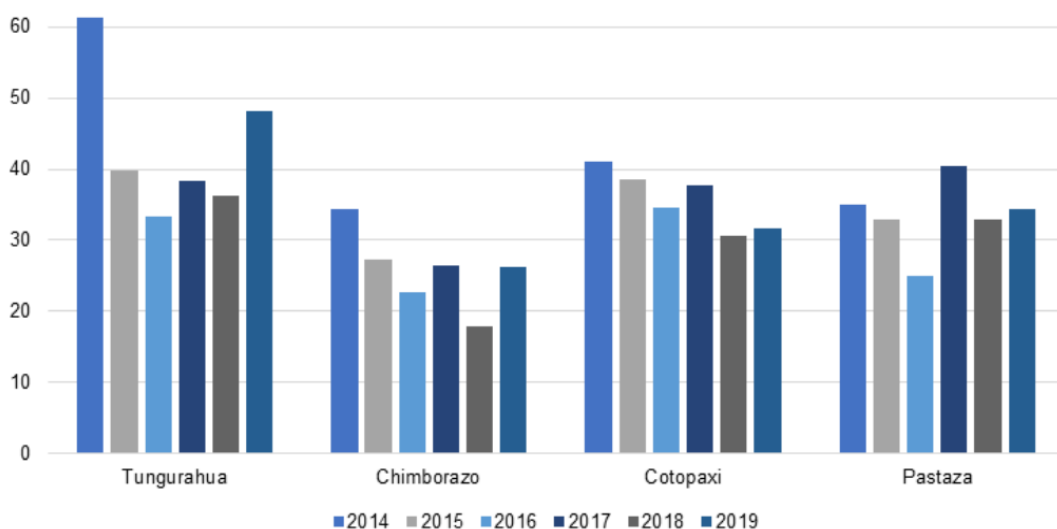
Debido a esto, 330.022 personas se emplearon en la industria manufacturera, el comercio, la construcción, la agricultura, el turismo, el transporte y el almacenamiento durante el año calendario 2019. Ya que, en promedio, 213.586 residentes se emplearon en la provincia de Cotopaxi hasta el 2016, hubo un nivel moderado de empleo. La situación cambió en 2017. Basado en (Sánchez, Variables Macroeconómicas de la Zona 3 Índice de Confianza Empresarial de la Provincia de Chimborazo, 2020) El número de residentes que trabajan aumenta 343.379.

Con base en la escasa información para la Zona 3 y en particular para la provincia de Cotopaxi a la que se tiene acceso actualmente, este crecimiento puede estar vinculado a la expansión de las operaciones florícolas ya que Cotopaxi es el segundo exportador de flores solo después de Pichincha. Hasta el 2016, cuando alcanzó los 273.471 trabajadores, Chimborazo vio un incremento en el empleo general. El desplome económico, que afecta tanto a la nación en su conjunto como a la Zona 3, ha provocado una caída del 15% del 2016

al 2017. La tendencia del empleo en la provincia se ha mantenido muy estable hasta 2019. La provincia de Tungurahua es la más afectada por la naturaleza de sus actividades industriales, el INEC proyecta que, para finales de 2020, cerca de un millón de ecuatorianos estarán desempleados, lo que se traduce en una disminución del 10% del empleo.

Empleo adecuado de la zona 3 del periodo de planificación 2014-2019, en porcentajes.

Figura 17 Empleo adecuado en la Zona 3 de 2014 a 2019 en porcentajes.

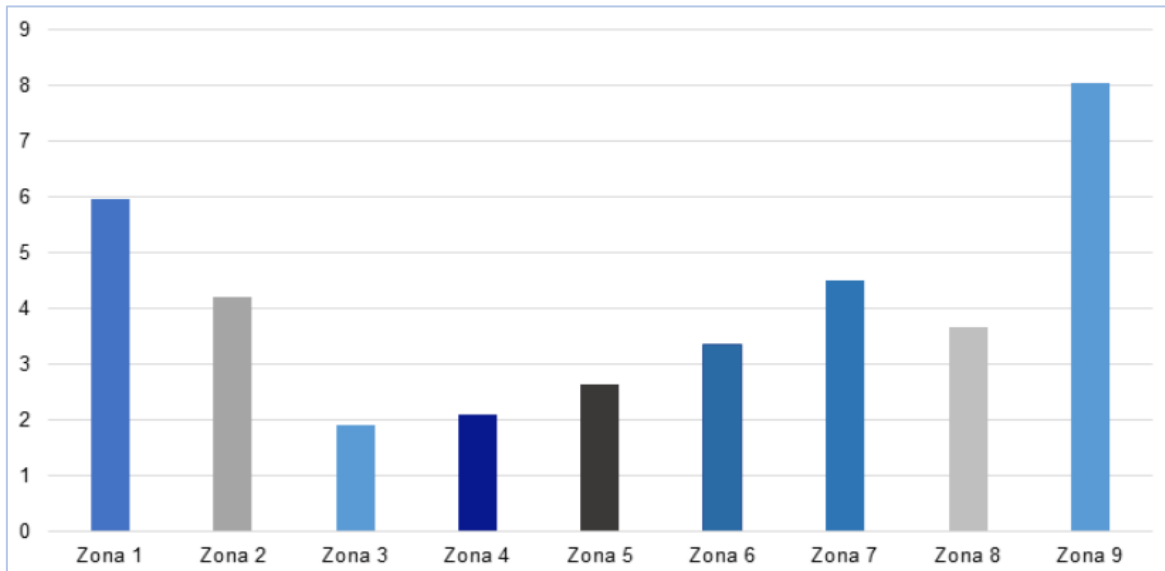


Nota: Observatorio económico UNACH – boletín económico N° 5 marzo 2021

Tungurahua tuvo la mayor proporción de empleo adecuado desde el 2014 hasta el 2019 con un valor promedio de 41,82%, mientras que la provincia de Chimborazo tuvo el índice más bajo de la región con un 25%, a continuación, se presentan los indicadores de empleo de las cuatro provincias para el año 2019: 3,26% para Cotopaxi, 3,93% para Pastaza, 47,19% para Chimborazo y 32,78% para Tungurahua.

Comparativa de Tasa de desempleo abierto en las zonas de planificación de Ecuador para el año 2018, expresada en porcentajes.

Figura 18 Comparativo de las tasas de desempleo abierto de las zonas de planificación del Ecuador para el año 2018, en porcentajes.



Nota: observatorio económico UNACH – boletín económico N° 5 marzo 2021

En cuanto a las tasas de desempleo dentro de las áreas urbanas planificadas de Ecuador, la Zona 9 formada por el Distrito Metropolitano de Quito tiene la tasa más alta con un 8%, seguida por la Zona 1 formada por las provincias de Esmeraldas, Carchi, Imbabura y Sucumbíos con un 6%, y la Zona 7 formada por las provincias de El Oro, Loja y Zamora Chinchipe con un 4%. La Zona 3, formada por Tungurahua, Chimborazo, Cotopaxi y Pastaza, tiene la tasa de desempleo más baja con un 1,9%.

4.6.7 Covid-19 y su afectación al sector laboral.

La crisis inducida por el COVID-19 ha tenido un impacto muy severo en el mercado laboral de Ecuador. A través de las estadísticas de la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (Esteves, 2020)(ENEMDU) del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, en un primer momento, se analiza el desplome del empleo durante el período de confinamiento estricto que se extendió aproximadamente desde mediados de marzo a mediados de junio de 2020 y, en un segundo momento, lo acontecido durante la reapertura económica que tuvo lugar en el tercer trimestre de 2020 (Luna Ramírez, 2021).

Variación de las tasas de empleo bruto, participación global y desempleo en puntos porcentuales entre junio 2019 y junio 2020, nacional, por edad y sexo.

Tabla 85 Variación de las tasas de empleo

Grupos de edad	Variación tasas de participación global (TPG)			Variación tasas de empleo bruto			Variación tasas de desempleo		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
15-24 años	-5.2	-5.6	-4.7	-10.2	-11.1	-9.3	14.0	12.1	17.5
25-34 años	-1.5	-2.2	-1.2	-10.6	-12.4	-9.1	11.6	11.2	12.2
35-44 años	-1.4	-0.4	-2.1	-7.9	-6.3	-9.3	8.1	6.1	10.6
45-54 años	-4.4	-0.9	-6.9	-8.9	-6.3	-10.7	6.0	5.7	6.3
55-64 años	-9.6	-4.6	-14.8	-14.0	-9.8	-18.3	7.0	6.3	8.0
65 y mas años	-10.7	-9.9	-11.5	-11.6	-11.7	-11.6	3.3	4.6	0.5
Nacional	-6.0	-4.8	-7.0	-11.1	-10.5	-11.6	8.8	8.0	10.1

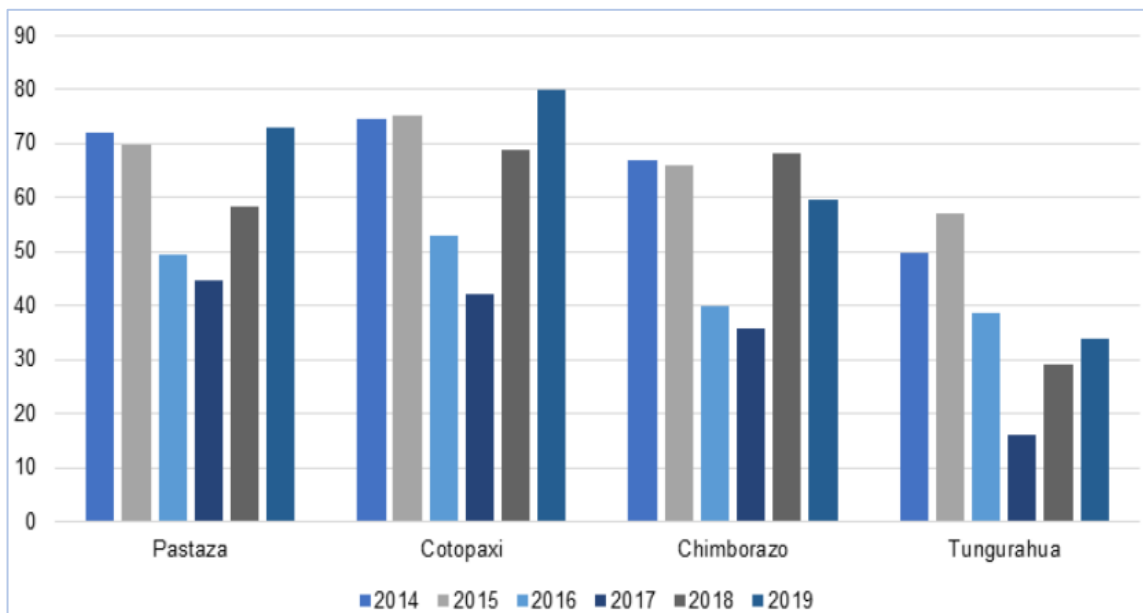
Nota: ENEMDU junio 2019, ENEMDU telefónica mayo-junio 2020

La tasa de paro real se redujo en 11,1 puntos porcentuales (pp) entre junio de 2019 y junio de 2020 para aterrizar en el 52,8%. Muchas personas que perdieron su trabajo abandonaron el mercado laboral porque creyeron que era imposible encontrar un nuevo empleo durante la actual crisis económica. Como resultado, la tasa de participación global (TPG) disminuyó del 66,8% al 60,9%, mientras que otras 801.140 personas pasaron a la inactividad. Se espera que su salida del mercado laboral sea sólo temporal y que vuelvan a formar parte de la población económicamente activa una vez que la economía se haya estabilizado (PEA). A pesar de la reducción de la TPG en 6 puntos porcentuales, la tasa de paro nacional aumentó en 8 puntos porcentuales (tabla 88), y en junio de 2020 adicionales.

El grupo de 65 y más años, caracterizado por su mayor informalidad, sufrió la mayor expulsión del mercado de trabajo con una contracción de su TPG de 10,7 pp., seguido del grupo de 55 a 64 años (9,6 pp.) con una fuerte caída en el caso de las mujeres (14,8 pp.), lo cual demuestra la mayor sensibilidad de esta población a la crisis económica, si bien en esta ocasión su retiro del mercado de trabajo también se explicaría por su mayor riesgo de muerte ante contagio por COVID-19 que habría llevado a su mayor aislamiento como forma de prevención (Esteves, 2020).

4.6.8 Índice de pobreza NBI de la Zona 3 para los años 2014 a 2019 expresado en porcentajes.

Figura 19 Índice de pobreza por NBI para la zona de planificación 3 de 2014 a 2019 en porcentajes.



Nota: observatorio económico UNACH – boletín económico N° 5 marzo 2021

Cotopaxi es la provincia con el mayor indicador de pobreza por necesidades básicas insatisfechas en la Zona 3 a lo largo del periodo 2014-2019, con un valor de 65,61%, mientras que Tungurahua es la provincia con el menor indicador con 37,34%. Los indicadores de pobreza en Pastaza, Cotopaxi y Tungurahua para el año 2019 muestran una tendencia al alza en relación al año 2018, mientras que Chimborazo muestra un descenso del 1,25%.

A nivel nacional, la tasa de pobreza del NBI en diciembre de 2021 es del 33,2%, del 22,0% en zonas urbanas y del 57,0% en zonas rurales. No hubo variaciones estadísticamente significativas en comparación con diciembre de 2020. Ello se debe a la recesión económica provocada por la pandemia.

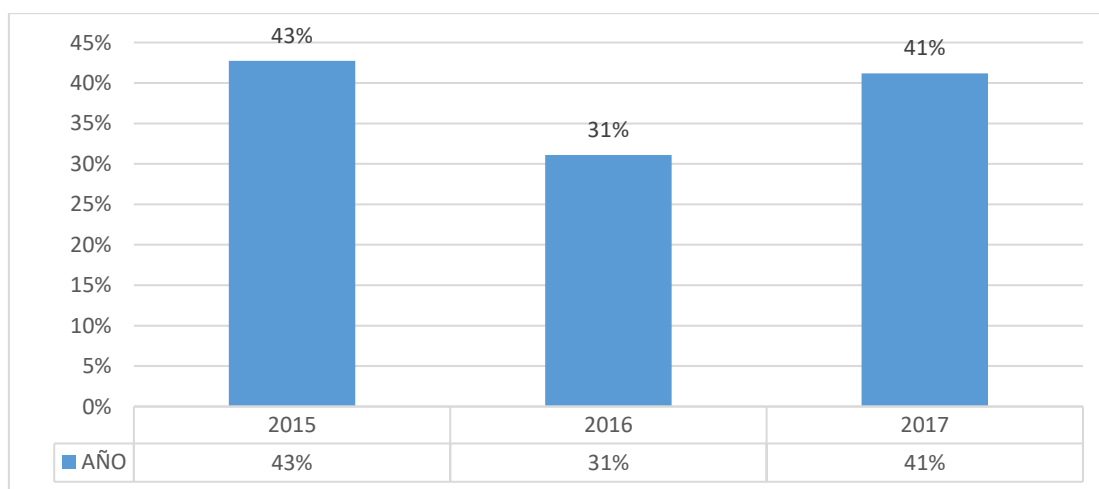
4.6.9 PYMES y la innovación tecnológica.

Los avances en las tecnologías de la información, la comunicación y afines, denominadas colectivamente "tecnologías de la información y la comunicación" o "TIC", han cambiado la forma de trabajar y gestionar los recursos en el mundo empresarial. Estas tecnologías

incluyen los avances en ordenadores, Internet, teléfonos, canales de comunicación de masas, software multimedia y realidad virtual.

Se destaca la importancia de medir los cambios y efectos que las TIC han tenido en la vida de las personas, en los distintos sectores de la sociedad y en las organizaciones, ya que las TIC se han convertido en herramientas de eficiencia, productividad, competitividad y desarrollo empresarial, y los países de la región han reconocido el impacto duradero de su implementación.

Figura 20 PYMES y la innovación tecnológica 2014- 2019, en porcentajes



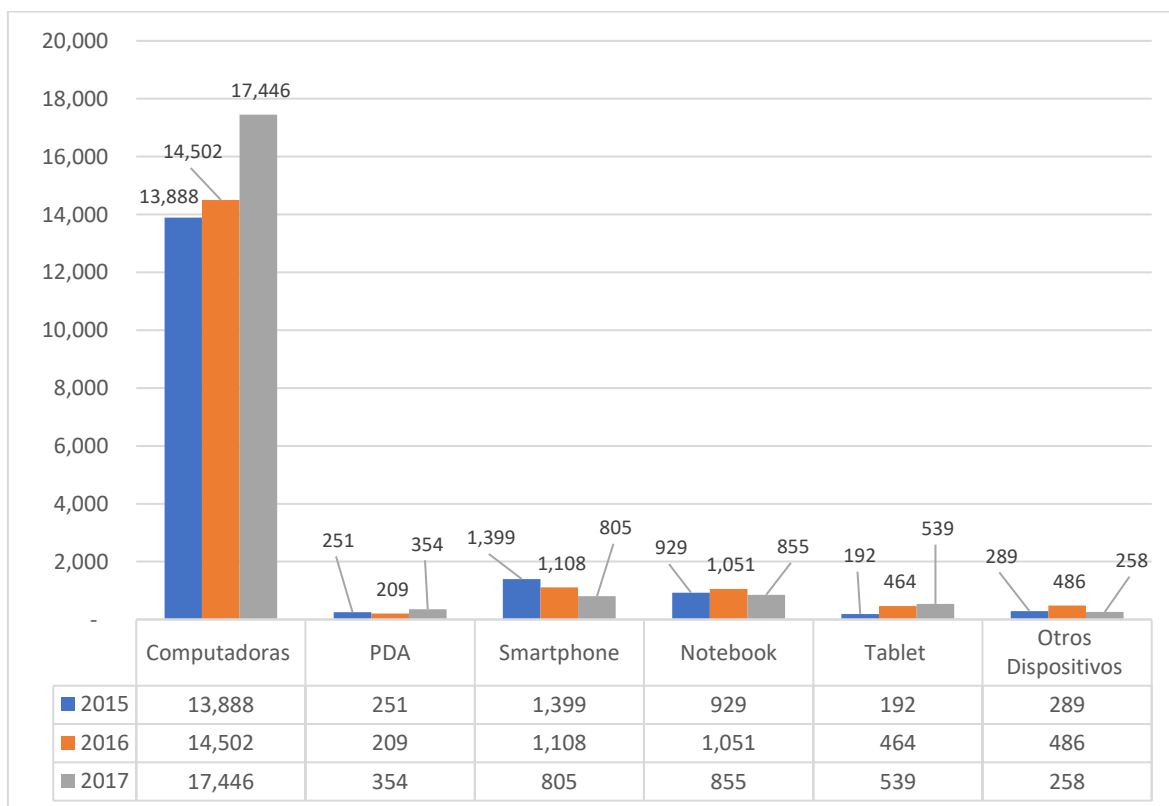
Nota: Índice tecnologías de la información y la comunicación - tic

La innovación tecnológica juega un papel importante como factor clave de éxito empresarial. La experiencia ha demostrado que ninguna organización, independientemente de su tamaño o actividad, puede sobrevivir indiferente al proceso de cambio sin ver afectada su capacidad competitiva de manera representativa.

En el periodo de análisis se observa un crecimiento al 2017 del 41% de inversión tecnológica en las PYMES, esto debido a que las empresas reconocen la importancia de las nuevas tecnologías y destaca que el principal beneficio que obtienen al digitalizarse es la mayor eficacia de los procesos y las tareas, seguida de la mejora de las comunicaciones con el cliente.

Número de dispositivos que disponen las empresas.

Figura 21 Número de dispositivos que disponen las empresas



Nota: Índice Tecnologías De La Información Y La Comunicación - Tic

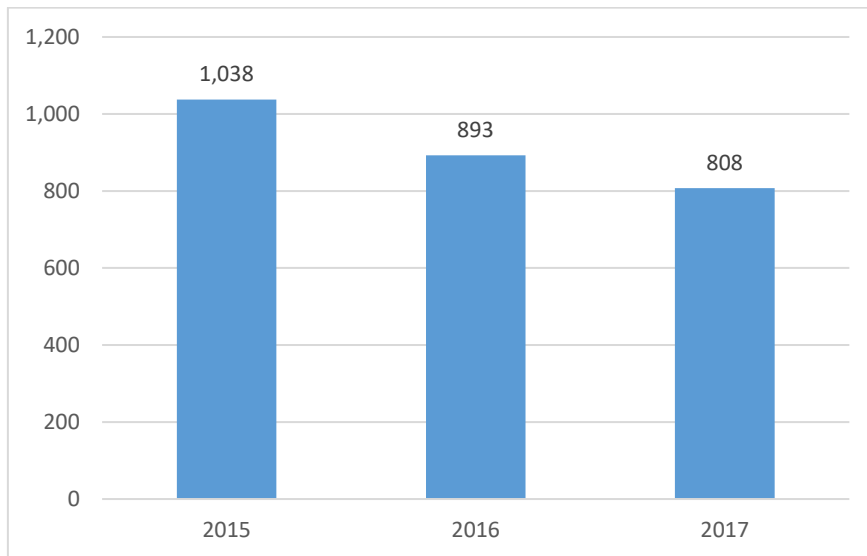
El dispositivo con el que más cuentan las empresas corresponde a computadoras y/o Smartphones. El dispositivo menos usado es la Tablet durante el 2015, también se ha podido observar que presenta un crecimiento en el uso de los dispositivos tecnológicos.

El incremento del uso de estos dispositivos es un punto positivo ya que la innovación tecnológica es un recurso fundamental para las PYMES que se encuentran en proceso de crecimiento, es una herramienta con la que puede lograrse la optimización y mejora de procesos ya sean de; producción, organización, comercialización, entre otras, lo cual permitirá establecer ventajas competitivas con las cuales podrán posicionarse en el mercado, conseguir mayores clientes y alcanzar mayores niveles de productividad e incluso expansión.

Las empresas pueden disponer varios tipos de dispositivos, es decir, las respuestas no son excluyentes. Otros dispositivos comprenden proyectores, impresoras, etc.

PYMES CON ACCESO A INTERNET

Figura 22 PYMES con acceso a internet



Nota: Índice Tecnologías De La Información Y La Comunicación - Tic

El acceso a internet de las PYMES durante los periodos analizados tuvo un descenso durante el 2017 con 808 PYMES que tienen acceso a internet. Una de las razones por las cuales haya disminuido es por el cierre de estas, debido a que no cuentan con el capital necesario para solventar los diferentes gastos que se le presentan.

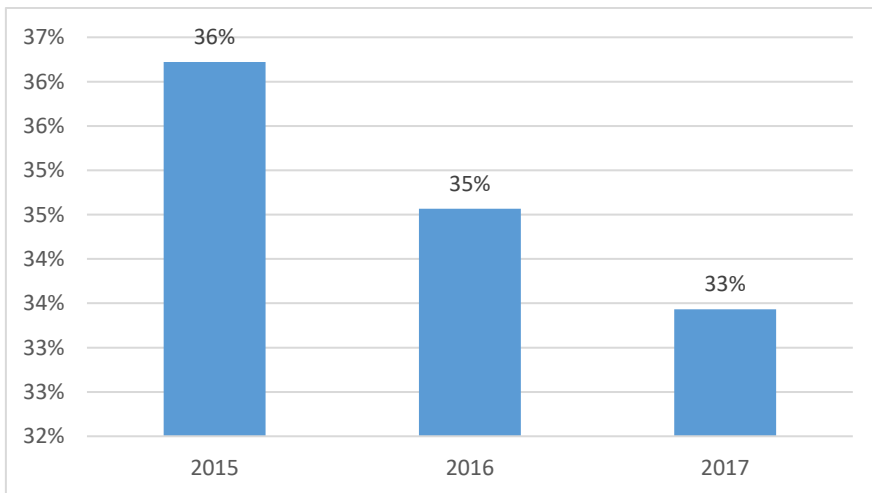
Actualmente esta es la proporción de empresas que utilizan Internet: las microempresas alcanzan un 48,6%, las medianas un 56,9% y las pequeñas un 52,9%, que dan un total general de 52,8%.

Además, se establece el indicador de proporción de empresas con presencia en la web con un total general de 27,4%, algunas PYMES por su naturaleza de productos perecibles no los promocionan mediante una página web, pero el estudio indica que el uso de Internet es necesario para los contactos con los proveedores y clientes, esto da agilidad a las actividades comerciales.

4.6.10 Compras y ventas por internet.

El Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la información, a través de la publicación de un estudio de usabilidad y acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), revela que en el Ecuador las microempresas, pequeñas y medianas empresas (PYMESS) utilizan la red de Internet, ya sea para vender productos, servicios, realizar contactos mediante el correo electrónico o redes sociales.

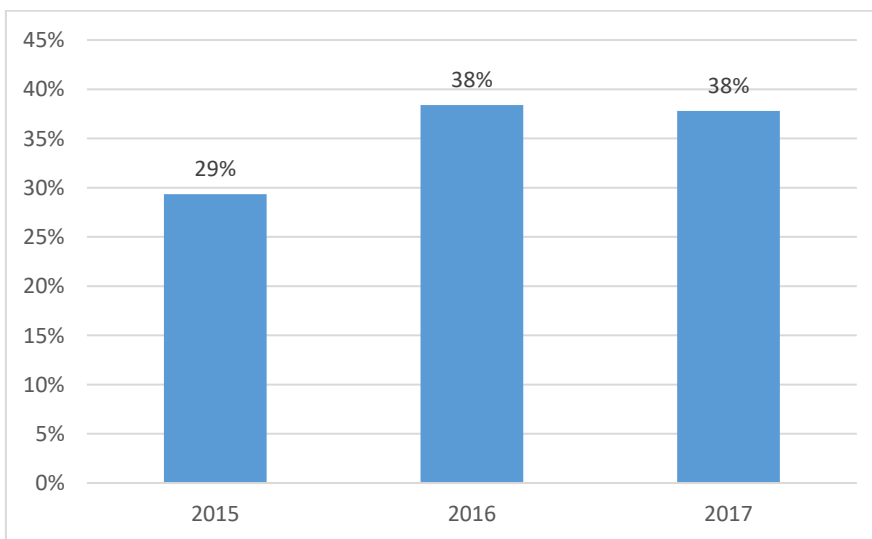
Figura 23 *Compras y ventas por internet*



Nota: Índice Tecnologías De La Información Y La Comunicación - Tic

En el año 2015, del total de ventas realizadas por las PYMES, fue de 36%, en el 2016 fue de 35% y en 2017 fue de 33%.

Figura 24 *Ventas realizadas por las PYMES*



Nota: Índice Tecnologías De La Información Y La Comunicación - Tic

En el año 2014, del total de compras realizadas por las empresas fue de 29%, en el 2016 y 2017 fue de 38%.

En el Ecuador, el número de usuarios y la demanda de productos a través de canales de comercio electrónico tuvieron un crecimiento impresionante en el contexto de la emergencia sanitaria, frente a las estadísticas registradas en años anteriores, según información de la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico. (Feijoo Crespín & Feijoo Crespín, 2021) Durante los meses de marzo y abril de este año, se registraron ventas mediante

comercio electrónico por unos USD 500 millones, casi un tercio de las ventas realizadas en todo el 2019. Se considera el éxito logrado y se organizan más ferias virtuales y otras estrategias.

El comercio electrónico también favorece la actitud emprendedora en nuestro país. Ante las dificultades económicas como por ejemplo no poder contar con un local o con un capital de trabajo suficiente, esta modalidad de hacer negocios solo requiere de una buena plataforma, buena publicidad, óptimo uso de las redes sociales y pocas personas que trabajen en las ventas. Se evidencia en las redes que proliferan durante esta pandemia los nuevos empresarios.

4.6.11 Financiamiento para PYMES.

La importancia que tiene el financiamiento para una empresa es vital, sin esto se moverá con dificultad en su ambiente. Es el combustible sobre el cual marcha el negocio, el tipo de financiamiento seleccionado dependerá del deseo de endeudarse, la solvencia que tenga la empresa para soportar los pagos y el momento en que decida tomarlo.

Durante la gestión del año 2020 por parte de la CFN, se colocaron recursos en 22 provincias del Ecuador. La provincia con mayor participación del total de colocaciones fue Guayas con 29.47%, por USD 83.71 Millones en 1,286 operaciones; seguido de Pichincha y Manabí con participaciones de 27.38%, con USD 77.76 millones, y 11.53%, con USD 32.75 millones, respectivamente, en el total de las colocaciones. (Dávalos, 2020)

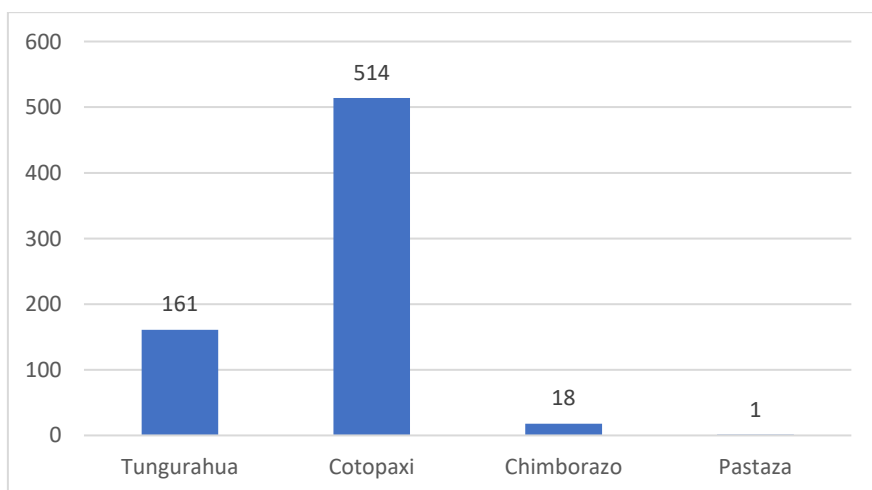
Tabla 86 Colocaciones 2020 Zona 3 (En Millones de USD)

Provincia	Monto	No. Operaciones	% Participación
Tungurahua	18,93	161	6,66%
Cotopaxi	4,32	514	1,52%
Chimborazo	3,56	18	1,25%
Pastaza	1,1	1	0,04%
TOTAL	27,91	694	9,47%

Nota: Informe De Rendición De Cuentas – 2020 – Corporación Financiera Nacional

En el 2020 se colocó 27,91 millones en la Zona 3, La provincia con mayor monto y No. De operaciones es Tungurahua con 18,93 millones y 161 operaciones. Además, esta provincia se encuentra en el puesto 4 a nivel Nacional de participación del total de las colocaciones con 6.66%.

Figura 25 Nivel de colocaciones en el mercado.



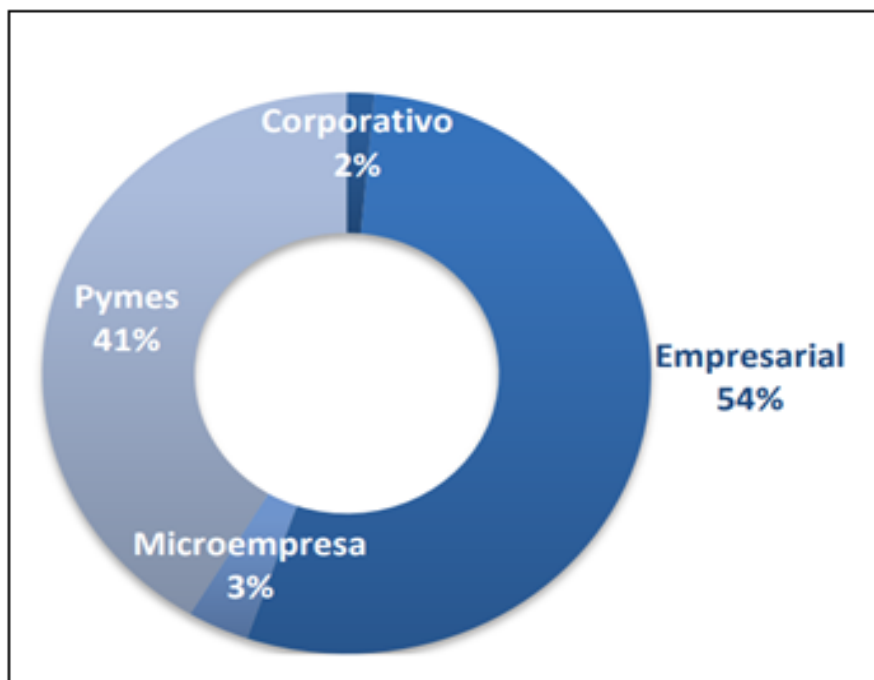
Nota: Informe De Rendición De Cuentas – 2020 – Corporación Financiera Nacional

De las 4 provincias que conforman la Zona 3 Pastaza es la provincia con menos número de operaciones. Se puede observar que Cotopaxi posee más cantidad de operaciones con un 514, pero a su vez tiene un monto de colocación bajo de 4,32 millones en relación a Tungurahua que posee un monto de 19,83 millones.

Los recursos que la empresa necesita para funcionar a corto plazo, como las inversiones, las materias primas, la mano de obra, las reparaciones y/o el mantenimiento de los equipos, están representados por el capital de trabajo. Estos recursos son necesarios de forma inmediata y continua, por lo que su financiación ágil es crucial.

El descenso del flujo ha afectado a todos en este momento, desde las PYMES hasta las grandes empresas, y ha tenido un impacto sin precedentes.

Figura 26 Colocaciones Pyme Exprés 2020 por Segmento y Subsegmento de Crédito (En Millones de USD)



Nota: Tomado de Informe de rendición de cuentas CFN (2020)

Durante el 2020 se han desembolsado USD 11.62 millones, de los cuales el 54% corresponde al subsegmento Empresarial, el 41% pertenece al subsegmento PYMES, el 3% al Segmento Microcrédito y el 2% al Segmento Corporativo. Por número de operaciones, el 56% de las operaciones fueron destinadas al subsegmento PYMES (83 operaciones desembolsadas) y 41% al subsegmento Empresarial (60 operaciones desembolsadas).

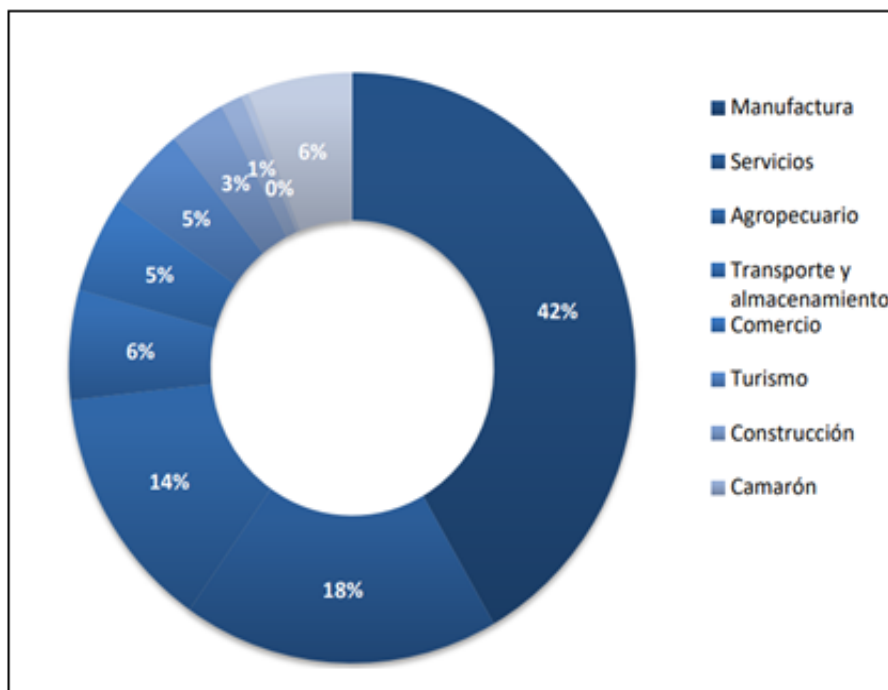
Con la colocación de Pyme Exprés en 2020, se lograron proteger 4,099 empleos y se generaron 379 nuevos empleos entre empleos directos e indirectos.

Colocaciones Pyme Exprés 2020 por Sector (En Millones de USD).

Con respecto al sector económico, se evidencia que la colocación de Pyme Exprés en 2020, se concentró en un 42% en el sector de Manufactura con USD 4.84 millones, seguido del sector de Servicios con el 18% por USD 2.10 millones.

Figura 27

Colocaciones Pyme Exprés 2020 por Sector (En Millones de USD)



Nota: Tomado de Informe de rendición de cuentas CFN (2020).

Análisis:

¿La innovación tecnológica incide en los niveles de competitividad y en los factores determinantes del crecimiento empresarial de las PVMES de la Zona 3 del Ecuador?

La innovación es un determinante del desarrollo económico de todos los países, más allá del crecimiento que estos presenten; al ser procesos que además de incorporar tecnología, permiten prever las necesidades de los mercados, detectar su variabilidad y mejorar su capacidad de respuesta.

Joseph Schumpeter, economista y de origen austriaco, es quien introduce el término de innovación al diccionario económico, definiéndolo como:

“La introducción de un producto o servicio nuevo para los consumidores, de mayor calidad que los anteriores, con nuevos métodos de producción para un sector de la industria, la apertura de nuevos mercados, el uso de nuevas fuentes de aprovisionamiento, o la introducción de nuevas formas de competir que lleven a una redefinición de la industria” (Espinosa Jaramillo, Venus Carvaja, & Pesantez Rodríguez, 2021).

A partir de esta definición, la innovación adquiere las particularidades de cada sector para ser parte de su crecimiento, que, para el caso del presente estudio, está asociada a la tecnología y su implementación en las PYMES.

Actualmente las PYMES que se encuentran en el mercado se presentan en todas formas y dimensiones; incluso pueden existir con un solo propietario, con libertad de desarrollar diversas actividades de producción, comercialización o prestación de servicios, siempre con el fin de lograr una utilidad económica. De acuerdo con la información derivada del Estudio de Gestión Competitiva de las PYMES en el Ecuador, representan el 95% de las unidades productivas.

En la Zona tres se encuentran un total de 225.400 PYMES divididas en; Chimborazo con 65732, Tungurahua con 90.856, Cotopaxi con 53.600 y Pastaza con 15212 esta Zona agrupa gran parte de PYMES en Ecuador.

Los sectores económicos de los que forman parte estas empresas son en 35% de comercio al por mayor y menor, 8,8% industrias manufactureras, 8,8% actividades de alojamiento y servicio de comidas, 5,9% enseñanza, 5,9% agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, 5,9% servicios, y el 29,4% agrupa otras 10 actividades, entre las que se encuentran la industria metalmecánica, actividades inmobiliarias, transporte y almacenamiento, turismo y más.

La mayor parte de las PYMES que inician su negocio fracasan rápidamente, no llegan a pasar los tres meses de existencia, pues casi la totalidad de los emprendimientos se producen por necesidad, no por oportunidad, se observa la falta del ingrediente de la innovación. (Rodríguez-Mendoza & Aviles-Sotomayor, 2020).

La innovación tecnológica juega un papel importante como factor clave de éxito empresarial. Evidentemente, a través del tiempo. La experiencia ha demostrado que ninguna organización, independientemente de su tamaño o actividad, puede sobrevivir indiferente al proceso de cambio sin ver afectada su capacidad competitiva de manera representativa.

Si una empresa decide no implementar nuevas tecnologías en sus procesos aumenta sus probabilidades de estancarse y quedarse atrás, sobre todo aquellas en etapa de crecimiento que aún no se encuentran totalmente estabilizadas o posicionadas en el mercado.

La innovación tecnológica es un recurso fundamental para las PYMES que se encuentran en proceso de crecimiento, es una herramienta con la que puede lograrse la optimización y

mejora de procesos ya sean de; producción, organización, comercialización, entre otras, lo cual permitirá establecer ventajas competitivas con las cuales podrán posicionarse en el mercado, conseguir mayores clientes y alcanzar mayores niveles de productividad e incluso expansión.

Con la ayuda de la tecnología las empresas reducen el trabajo manual y las horas hombre, disminuyen los errores y aumentan la productividad de cada uno de los colaboradores.

Las PYMES al invertir en tecnología les permite ser más competitivos, estar al nivel de los competidores e incluso poder superarlos. La tecnología de las empresas permite a los ejecutivos aprovechar y estar al tanto de las oportunidades en el mercado nacional e internacional quienes cada vez resultan más desafiantes lo que conlleva, a las posibilidades de expansión y apertura de nuevas oportunidades de negocio.

Las empresas han encontrado las tecnologías como una ventaja competitiva, en este tiempo ya no se considera una innovación únicamente, si no es algo indispensable para toda aquella empresa en crecimiento; Difícilmente las empresas que no manejan las tecnologías y su información logran mantenerse en el mercado, se necesita algo más que simplemente una computadora con un buen software, se necesita implementar nuevos procesos, nuevas técnicas de aprendizaje y abarcar grandes oportunidades que se puedan presentar.

4.6.12 ¿El financiamiento hacia las PYMES de la Zona 3 del Ecuador incide en los factores determinantes del crecimiento empresarial de las PYMES de la Zona 3 del Ecuador?

Dado su impacto en la creación de empleo y el crecimiento dinámico de la economía nacional, las PYMES de Ecuador podrían desempeñar un papel importante en la economía del país. Su ventaja frente a las empresas con mayor inversión radica en su capacidad de ajustarse a las demandas del mercado y a las exigencias de los clientes. No obstante, se debe reconocer que existen barreras que frenan el surgimiento y desarrollo de las PYMES en el contexto nacional como: la baja disponibilidad de recursos y el restringido acceso al crédito, lo que propicia un ciclo de limitaciones económicas que le impiden emprender en procesos de mejora continua y poder enfrentar la competencia de mercado en mejores condiciones. (Martínez Padilla, Lascano Pérez, & Jiménez Silva, 2018).

Las PYMES en el Ecuador se dedican a la producción de bienes y servicios, considerándose, así como base del desarrollo del País, las fuentes más comunes de financiación para las PYMES en Ecuador son mediante créditos, sin embargo, muchas de estas no pueden progresar debido a que estas no alcanzan a cumplir con los altos estándares de garantías y múltiples requisitos que solicitan las entidades financieras.

Más de 3000 instituciones han sido identificadas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) entre las principales cooperativas e instituciones de crédito. En 2012, estas instituciones definieron 227.278 operaciones de crédito por un valor total de 357'840.226,43, con las operaciones de crédito al consumo y microcrédito a la cabeza, seguidas por las de agricultura, silvicultura, pesca e industrias afines, que han recibido 53.084 créditos. cuyos precios superan a los de la industria manufacturera, el transporte y el almacenamiento, y otras actividades, lo que demuestra que el sector agrícola ofrece actualmente facilidades para las operaciones financieras, seguido del comercio a mayor y menor escala, la reparación de automóviles, las industrias manufactureras, el transporte y el almacenamiento.

La necesidad de financiación es crucial porque, sin ella, una organización tendrá dificultades para operar en su entorno.

El tipo de financiación que se elija dependerá del deseo de la empresa de endeudarse, de su capacidad de pago y del momento en que tome la decisión de hacerlo. Este es el combustible que impulsa a la empresa.

La organización necesita contar con un respaldo financiero adecuado para ampliar su cuota de mercado y mantenerla.

Sin esta ayuda, podrían tardar mucho tiempo en encontrar los recursos que necesitan para llevar a cabo una determinada acción.

Una empresa puede perder una oportunidad concreta si no obtiene financiación, y en el mundo empresarial, las oportunidades son lo que más importa.

Las empresas pueden utilizar la financiación básica para los fines especificados:

- Cumplir con las obligaciones corrientes, como hacer pequeñas compras o pagar las prestaciones de los empleados.

Esta financiación suele solicitarse cada mes.

- La expansión de la empresa a otros mercados o regiones para crecer y aprovechar las oportunidades que se presentan.
- Reparación de bienes utilizables a causa de desastres naturales u otras calamidades como incendios, inundaciones o terremotos.
- Adquisición de nuevas herramientas para la actividad, como mesas, muebles o máquinas.
- Adquisición de nuevas tecnologías que hagan a la organización más competitiva en el mercado.

Las fuentes de financiamiento como estrategia financiera son de suma importancia para el desarrollo de las pequeñas empresas, ya que permiten generar mayor producción y ventas; las mismas bajo una adecuada gestión, se traducirá en mayores ingresos que contribuyan no solo con el crecimiento y desarrollo de la empresa, sino que su dinamismo se observa en el crecimiento del producto bruto interno del país. (Morcolla Zuñig & Pinchi Paz, 2021)

4.6.13 ¿Los canales comerciales inciden en los factores determinantes del crecimiento empresarial de las PYMES de la Zona 3 del Ecuador?

El canal de comercialización se convierte en un medio importante de ventas de los servicios o productos que ofrece una empresa. Se entiende como canal de comercialización al camino que un producto sigue desde su producción hasta el consumidor final.

A través de estos canales se consigue ampliar el mercado, al contar con más agentes distribuidores para el producto o servicio se encuentra en la capacidad de alcanzar otros mercados o, en otras palabras, se encuentran en capacidad de incrementar el número de clientes potenciales de los productos o servicios que ofrece la empresa. Por todo lo dicho es importante mencionar las funciones que ofrece los canales comerciales:

- Transportar
- Organizar la oferta
- Almacenar productos
- Contactar con el público objetivo
- Informar sobre el mercado
- Simplificar los intercambios
- Ofrecer variedad de productos

- Participar en las actividades de marketing
- Financiera el proceso comercial
- Generar satisfacción en el consumidor
- Contraer riesgos
- Normalizar las transacciones comerciales

Todas las empresas con un enfoque comercial tienen un sistema de canales de comercialización que utilizan para llegar a sus clientes con sus bienes o servicios.

Su importancia radica en que es posible aumentar las ventas mediante una estrategia de distribución eficaz para que más clientes compren sus bienes o servicios.

El alto nivel de competencia en el mercado favorece la elección de los consumidores.

La forma más eficaz de posicionar su marca y dejar de lado a la competencia es desarrollar una estrategia de marketing óptima que establezca los canales adecuados para la entrega de bienes y servicios cerca de los consumidores.

Dicho esto, es necesario recalcar los tipos de estrategia que se pueden implementar en los canales de comercialización.

- **Estrategia intensiva**

Aquí es donde diferentes agentes se encargan de realizar la venta en la mayor cantidad posible de comercios, esto con la finalidad de situar el producto y hacerlo popular. Esta es la estrategia más utilizada para los productos de consumo más habituales.

- **Estrategia selectiva.**

En esta estrategia, un seleccionado número de vendedores intermediarios se dedica a la distribución del producto. Para poder seleccionarlos se debe tomar en cuenta su posicionamiento e importancia en el mercado, su prestigio, entre otras cosas.

- **Estrategia exclusiva.**

Al utilizar esta estrategia se debe escoger solo un vendedor intermediario para realizar la venta de tu producto. Este intermediario se comprometerá a no vender los productos de tu competencia o a realizar una cantidad mínima de esos productos.

La red de distribución de una empresa se lleva a cabo a través de terceros, o contactos comerciales, con el fin de garantizar una mayor gama de ventas. Estos contactos suelen tener acceso a amplios servicios de almacenamiento y entrega.

A través de diversos tipos de canales de distribución, estas empresas permiten colocar los bienes y servicios en algunas entidades que conectan con intermediarios que pueden proporcionarle más recursos y experiencia para mejorar los procesos de venta. Al trabajar con ellos, puede asegurarse de que el producto llegue a los clientes de forma ideal y segura.

Los tres tipos de canales intermediarios más comunes son:

- **Canal largo:** Amplio, se utiliza el máximo número de intermediarios diferentes para la distribución, como en el caso del mercado perecedero de alimentos, donde un fabricante utiliza mayoristas de origen y destino para llegar al consumidor final.
- **Canal corto:** Donde hay menos intermediarios y los fabricantes suelen utilizar un solo intermediario para llegar al consumidor final.
- **Canal directo:** En este caso, el fabricante trata directamente con el cliente.
- Este nivel es poco común en los bienes tangibles porque el fabricante suele realizar todas las tareas necesarias relacionadas con la distribución, lo que no siempre es eficiente desde el punto de vista operativo y económico.

Utilizar varios canales de marketing para promocionar un bien o servicio le permitirá ampliar su red de puntos de venta y llegar a más consumidores finales.

¿Los marcos reguladores inciden en los factores determinantes del crecimiento empresarial de las PYMES de la Zona 3 del Ecuador?

Las PYMES en Ecuador no tienen una institucionalidad consolidada, debido a la inexistencia de una normativa específica para este sector que permitiera delimitar sus características y condiciones de operación en el ámbito económico y productivo del país, las pocas normas legales relacionadas para este sector datan de 1973, año en el cual se dictó la Ley de Fomento de la Pequeña Industria. Esto ha dificultado el desarrollo e implementación eficiente de políticas públicas adecuadas que fomenten el potencial productivo de las PYMES (Ortiz, Santiago & Moreno Gavilanez, 201).

Como una de nuestras principales fuentes de empleo, entre otras cosas, la necesidad de fomentar la creación y consolidación de pequeñas y medianas empresas (PYMES) ha cobrado una importancia significativa en los últimos años. La comprensión de la división legal de las PYMES se reduce a una importante preocupación de la cultura ecuatoriana desde el punto de vista del inicio y mantenimiento de una empresa. El gran número de empresas que se fundan cada año parece reflejar todo esto.

Su principal causa, además de la desaparición de un número similar, es la diversificación de las leyes del país y la falta de comprensión.

En la actualidad, no existe ningún gobierno importante en el mundo cuya política económica no esté influida por un marco jurídico, lo que motiva el establecimiento de una relación directa entre estos dos factores (marco jurídico y desarrollo económico).

El gobierno se ha propuesto fomentar las pequeñas y medianas empresas para que sean la base y el principal motor de la fracturada economía del país.

Para tratar de salir de la crisis económica que afecta actualmente a Ecuador, los más altos cargos de la administración pública han establecido que el fomento de las PYMES es una pieza clave. Sin embargo, son sólo intenciones e ideas no realizadas porque es prácticamente imposible iniciar y mantener una empresa, por pequeña, mediana o grande que sea.

Ecuador no existe una normativa específica para el sector Pyme, a continuación, se menciona las leyes relacionadas con este sector:

- Ley de Compañías,
- Ley de Comercio Exterior e Inversiones,
- Código Orgánico de la Producción,
- Fomento a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas,
- Ley de Fomento de la Pequeña Industria,

Como se mencionó antes las PYMES no cuenta con un ente regular que las apoye en su totalidad, por ende, esto incide en los factores operativos, estratégicos, administrativos y externos, esto debido a la falta de apoyo cabe mencionar que una de las dificultades que trae consigo la creación de las PYMES frente a las grandes empresas, estas tienen más dificultad para financiarse, suelen tener costos más elevados y no tienen tantos recursos tecnológicos o poder de negociación como las grandes empresas.

CAPÍTULO V

5 Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones.

Las PYMES representan un sector muy importante en el desarrollo económico de un país, sin embargo, estas, requieren de estrategias y mecanismos que permitan su permanencia y puedan mantenerse en el tiempo, para ello se buscaron aquellas ventajas competitivas que permiten alcanzar sus objetivos sean a corto, mediano y largo plazo.

A nivel de la Zona 3 del Ecuador, las PYMES requieren de ventajas competitivas que les permita distinguirse entre las empresas grandes, y de esta manera dirigir sus productos y servicios hacia la satisfacción de sus clientes.

Se establecieron los principales factores determinantes de las PYMES de la Zona 3 que deben ser gestionados para la generación competitiva, mismos que le permitirán alcanzar sus objetivos.

De acuerdo con la herramienta del método de investigación de la escala de Likert adaptada y aplicada, se acuerdan los factores determinantes que afectan en el nivel de competitividad en las PYMES de la zona 3, considerando los resultados anteriores, se determinó con respecto a:

Planificación estratégica.

En este proceso de investigación, sale a flote que las principales debilidades que tienen las PYMES, es su funcionalidad sin contar con un modelo estratégico administrativo y por ende recae en una falencia comunicacional en el proceso productivo. Esto también lleva a determinar que las PYMES carecen de destrezas de negocios o estas no son socializadas. Lo relevante es la amplia apertura que tienen los empleados, mismos que están dispuestos a los cambios necesarios dándole así una ventana a mejorar y poder implementar tácticas que llevaran a un cambio para poder ser competitivos y productivos.

Aprovisionamiento y logística

Queda en evidencia que el aprovisionamiento y logística de las PYMES es la ubicación estratégica territorial mas no la ubicación de funcionamiento, por lo que causa un problema con los clientes que antes de realizar un negocio prefieren conocer las instalaciones.

Calidad.

En cuanto a la calidad de los productos y servicios que ofertan las PYMES de la Zona 3, tienen un reconocimiento mínimo por parte de sus clientes, esto se debe a que, no cuentan con estrategias de mejora continua, ni un sistema de calidad innovador.

Se determina a simple vista la poca aplicabilidad del manejo productivo por procesos de calidad, por lo que no se evidencia una articulación entre lo organizacional y lo productivo.

Marketing.

Las PYMES de la Zona 3, no han explotado en forma adecuada las múltiples herramientas del marketing como la opción para lograr un crecimiento en las empresas, constituyéndose la publicidad en mecanismos para poder llegar al mercado donde se analizan la fluctuación de la oferta y demanda como factores fundamentales para ser competitivos y mantenerse en el mercado según los cambios que este demande.

Para las PYMEES de la Zona 3 del Ecuador es importante utilizar herramientas estadísticas y de publicidad digital, que les permitan promover ampliamente los productos o servicios que ofrecen, desde aquellos que se desarrollan a nivel nacional e internacional. En cuanto a la dinámica de las empresas, está claro que, si aumenta la proporción de PYMES, también existen salidas, debido a las dificultades para adaptarse a los cambios y el nivel de competencia que exige el mercado.

Las faltas de innovación en los elementos de carácter operativo limitan el crecimiento de las PYMES, sin poder competir y mantenerse en el mercado, los empresarios deben considerar que el desarrollo relacionado con la mercadotecnia y el marketing, de los productos y precios, ayudaran a posicionar en el mercado.

Servicio al cliente

Las PYMES de la Zona 3 en su mayoría no cuentan con espacios óptimos, adecuados, tecnológicos y logísticos, para mostrar y ofrecer sus productos y servicios a los clientes, lo que refleja la poca o nula inversión en esta característica, que en la actualidad es de vital importancia y ayuda al posicionamiento de la empresa.

Contabilidad y finanzas

Las PYMES de la Zona 3, cuenta con información de sus estados financieros, que no son realizados de acuerdo con las normativas nacionales. Normas Ecuatorianas de Contabilidad (NEC), ni tampoco las normas internacionales. Normas Internacionales de Información Financiera NIIF, esto dificulta la toma de decisiones de sus directivos, ya que la información financiera-contable, mas es realizada para el cumplimiento y/o entrega a los organismos de control tributario como el SRI y societario, superintendencia de compañías (SUPERCIAS).

Talento Humano.

En lo que tiene que ver con la administración del recurso humano, las PYMES de la Zona 3, presenta un escenario variado de oportunidades para ser aprovechado eficientemente, tanto la mano de obra operativa y los servicios profesionales, de esta manera se considera el principal elemento para la incursión en las empresas en todos los niveles ya sea en la dirección y operaciones de producción, esto ayuda sobremanera a la mejora continua y medición del clima laboral.

El espíritu de negocios en Ecuador ha sido un tema administrado y analizado solamente mediante mesas de diálogo, por lo que, los esfuerzos se aíslan con pocos resultados. En este sentido los gobiernos actuales tienen una tarea importante que es crear compañías dentro de todos los ámbitos, y también promover leyes y estrategias que permitan el desarrollo de la producción a partir de la aplicación de cambios en la matriz productiva.

En los últimos años, la mayoría de las microempresas tienen buenos comportamientos porque se han sometido a una tasa de crecimiento anual promedio del 12%, lo que es muy importante seguir con una participación activamente en el campo del comercio y la producción. A partir de la transformación y cambios en la matriz productiva se generarán estrategias estructurales que cambiarán las formas tradicionales del proceso de producción,

hacia nuevas formas de producir y diversificar en nuevas áreas como la aplicación de la alta competitividad de las empresas con la idoneidad de las industrias con alta productividad, competencia y sostenibilidad.

Los factores administrativos que limitan el desarrollo de PYMES están relacionados consigo mismos, en los sectores de producción y fabricación que deben implementar fuertes mejoras en el campo de la gobernabilidad, conocimiento, tecnología y gestión estratégica con decisiones que llevarán a obtener mejores resultados.

Con los resultados anteriores, se procede a concluir sobre las debilidades y fortalezas que presentan las PYMES por cada factor expuesto como determinante en la herramienta adaptada y aplicada en nuestro medio. Para ello se plantea realizar evaluación de indicadores a través del nivel competitivo de cada factor determinante.

- El espíritu de negocios en Ecuador ha sido un tema administrado solamente en las mesas de dialogo, por lo que los esfuerzos se aíslan con pocos resultados, en este sentido, los gobiernos actuales juegan un papel fundamental en la creación de empresas a través de la implementación y promulgación de leyes y estrategias que permitan un desarrollo productivo, enfocados en la nueva matriz productiva y la conciencia del buen vivir para fomentar la productividad y riqueza.
- En los últimos años, la mayoría de las microempresas tienen comportamientos de crecimientos mínimos, lo que hace necesario la participación de todos los involucrados en todos los campos en que se desenvuelven y se desarrollan la PYMES, (Gobierno, Cámaras de Producción, Gremios de Asociatividad, Clientes y Proveedores).
- En la matriz de producción, implementada por el gobierno, se realizan cambios estructurales que abordan las formas tradicionales del proceso y la estructura de producción actual, hacia nuevas formas de producir diversificación en nuevas áreas como la aplicación de la alta competitividad de las empresas con la idoneidad de las industrias en alta productividad, competencia, sostenibilidad y sostenibilidad.
- En cuanto a la dinámica de las empresas, está claro que, si aumenta la proporción de PYMES, también lo hace la salida o supresión, debido a las dificultades para adaptarse a los nuevos entrantes y al nivel de competencia que exige el mercado.
- Los factores administrativos que limitan el desarrollo de las PYMES están relacionados con los sectores de fabricación, mismos que deben implementar

fuertemente mejoras en el campo de la gobernanza. En general, su conocimiento de la actividad, la buena gestión de las personas y las decisiones estratégicas llevarán a obtener mejores resultados con el tiempo.

- También en las PYMES de Zona 3 del Ecuador se ha observado carencia en la implementación de tecnológicas, lo que ha limitado el desarrollo. Sin embargo, para que estos factores se conviertan en el verdadero factor potencial de la competencia en pequeñas y medianas empresas, se debe entender que (1) la innovación debe entenderse como un proceso fijo donde la iniciativa es privilegiada, nuevas ideas y donde se rompe con el conjunto de estructuras; Todo esto tiene como objetivo cambiar ciertos paradigmas y la forma de pensar y (2) que la tecnología se aplica a la información, la comunicación, la producción, entre otras, se puede proporcionar a las empresas con ventajas más sostenibles. Sin embargo, la tecnología muestra uno de los problemas más graves de las pequeñas y medianas empresas debido a la no innovación y/o implementación con lentitud.
- Los conocimientos básicos de la producción y el control de inventarios, las relaciones con los proveedores basados en la confiabilidad y los niveles de calidad de los productos y servicios son muy empíricos, se requiere de planes estratégicos y gestión empresarial efectiva para servir y producir con eficiencia y eficacia.

5.2 Recomendaciones.

En base a los factores determinantes encontrados, las PYMES tanto a nivel nacional, como las de la Zona 3, deben tomar conciencia de la importancia que estas tienen y el aporte que generan al desarrollo económico del Estado, por tal razón se deberán innovarse constantemente dentro del mundo empresarial, y de esta manera captar otros segmentos importantes de las grandes empresas, que ofrecen servicios diferenciados de calidad, tiempo y costos, para cubrir las expectativas del sector.

En base a los factores determinantes detectados en la investigación, las PYMES de la Zona 3, deberán adoptar ciertas estrategias que permitirán su crecimiento y desarrollo como:

Planificación Estratégica.

- Contratar o asignar a un operador que tenga las habilidades profesionales y experiencia en la implementación de estrategias y se enfoque al proceso de cambio

de la empresa y así instaurar los cambios necesarios que los lleve a contar con operaciones y producciones estables en la mayor parte del tiempo.

- Instaurar procesos internos de comunicación, en la que se respete la jerarquía y responsables de dar los lineamientos generarles para el funcionamiento de la empresa.

Aprovisionamiento y logística.

- Implementación de estrategias que cautiven a los clientes, a conocer de manera física o virtual sus, espacios e instalaciones.
- Implementar el servicio de transporte para la entrega a domicilio del producto cuando los clientes consideren que deben conocer las instalaciones.

Calidad

- Realizar un estudio de calidad para que implementen las normas de calidad ISO 9001; que es la que permite el diseño e implementación de estrategias de mejora continua acorde a los procesos que cada PYMES cuente.
- Incluir un levantamiento de los procesos productivo para determinar el mapa estructural de los macro y micro procesos productivos y organizacionales y así diferenciar los cambios de mejora en la competitividad de estas.

Marketing.

- Realizar periódicamente estudio de oferta y demanda de productos en el mercado, para obtener estrategias de Marketing (proponer promociones, determinar precios y lugares de venta, productos sustitutos), y lograr obtener información sobre los cambios que el consumidor requiere.
- También es importante realizar el estudio de mercadeo para conocer el segmento de la población al cual le apuntan como potencial consumidor, y brindar herramientas para elaborar estrategias competitivas que atraigan a los clientes.
- Para las PYMEES de la Zona 3 de Ecuador es importante utilizar herramientas estadísticas y de publicidad digital, que les permitan promover ampliamente los productos o servicios que ofrecen, desde aquellos que se desarrollan a nivel nacional e internacional.

- Finalmente, se puede decir que la era digital, las nuevas tecnologías e internet en general, bien aprovechado y explotado, nos dan la capacidad de prosperar a nivel empresarial, y permiten que la empresa exista en el mercado general.

Servicio al cliente.

Realizar o implementar espacios donde se expongan sus productos y servicios, sean estos físicos o virtuales para así brindar un ambiente seguro y apropiado para la atención del cliente y realizar negocios.

Contabilidad y Finanzas.

- Elaborar los Estados Financieros bajo estándares nacionales e internacionales, con la aplicación de las normas y principios de general aceptación, de esta manera la información financiera podrá ser leída y analizada en cualquier parte del mundo y por cualquier funcionario en el área respectiva.
- Brindar información contable oportuna, para el conocimiento de los inversionistas o socios, entidades financieras y demás interesados, mismos que servirá para la mejor toma de decisiones que ayudará en el crecimiento o fortalecimiento de la empresa.

Talento Humano

- Implementar planes de incentivos en los empleados y trabajadores como aporte a la mejora del clima laboral, el cual debe estar de la mano con el debido proceso comunicacional como estrategia para asegurar la comunicación interna.
- En cuanto a la dinámica de las empresas, está claro que, si aumenta la proporción de PYMES, también existen salidas, debido a las dificultades para adaptarse a los cambios y el nivel de competencia que exige el mercado.
- Los factores administrativos que limitan el desarrollo de PYMES están relacionados consigo mismos, en los sectores de producción y fabricación que deben implementar fuertes mejoras en el campo de la gobernabilidad, conocimiento, tecnología y gestión estratégica con decisiones que lleven a obtener mejores resultados.
- La innovación tecnológica es importante para el crecimiento de las PYMES en la Zona 3, ya que los métodos de producción tradicionales mantienen a estas pequeñas empresas en su lugar, dada la gran cantidad de tiempo y recursos que deben dedicarse a la producción y operación.

- Crear un mecanismo adecuado que permita a las PYMES obtener préstamos con menos burocracia en diversas instituciones financieras y con tasas de interés accesible para capital de trabajo y activos fijos, lo que ayuda a que su negocio crezca.
- Permitir que diferentes tipos de industrias manufactureras en diferentes procesos de producción accedan a la tecnología adecuada y puedan contribuir a su crecimiento, ayudar a reducir los costos en el proceso de producción y mantenerse al día con los desarrollos a nivel global.
- Contar con un mecanismo de coordinación con países más proactivos, dinámicos, y trabajar en conjunto y poder operar dentro del marco formal de ampliación de la base imponible, y así lograr una competencia más equilibrada en el mercado.
- Se sabe que las PYMES están en experimentación y crecimiento con nuevas opciones de crédito, por lo que deben informarse sobre los diferentes tipos de financiación que hay en el mercado, la más la adecuada y en el momento adecuado. Para ello las MYPES necesitan distribuir íntegramente sus ingresos, deudas y gastos para el pago ordenado del crédito y con ello la reinversión de sus beneficios.

Referencias Bibliográficas.

- Aca Varela, V. P., & Rodríguez Vázquez, J. M. (2010). Discounted cash flow as a valuation method of Mexican enterprises during the 2001-2007 period. *Contaduría y administración*(232), 143-172.
- Álvarez, M., & Duran Lima, J. E. (2009). *Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Una contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas*. El Salvador: CEPAL, GTZ.
- Ayala Cruz, J. O., & Eskola Lechon, A. I. (2018). *Análisis de la política crediticia ecuatoriana desde la perspectiva de la inclusión financiera de las pymes del periodo 2005 a 2015*. Quito: UCE.
- Azqueta Díaz de Alda, A. (2017). El concepto de emprendedor: origen, evolución e introducción. *En Simposio Internacional El Desafío de Emprender en la Escuela del Siglo XXI*, 21-39.
- Barreto Becerra, E. I., & Mejía, A. J. (2020). *mplementación De Una Estrategia Pedagógica Haciendo Uso De Aplicaciones Móviles; Para El Fortalecimiento*. España: Ecofinados.
- Blázquez Santana, F. J., Dorta Velázquez, J. A., & Verona Marte, M. C. (206). Factores del crecimiento empresarial: Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas. *INNOVAR*, 16(28), 43-56.
- Bongers, Anelí; Torres, José Luis. (2020). Factores determinantes del crecimiento económico: una comparativa a nivel mundial. *Papeles de Economía española*, 16, 15.40.
- Bravo, O. (2017). Indicadores de gobernanza territorial de los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV 2013-2017), Ecuador. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 18(35), 25-38.
- CAF, D. B. (2019). *Políticas para PYMEs competitivas en la Alianza del Pacífico y países participantes de América del Sur*. Lima: CAF.
- Capito Marcatoma, J. M., Fiallos López, M. B., Fahureguy Jiménez, S., & Méndez Yáñez, J. (2019). *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*.
- Carrillo Pulga, W., Sánchez Cuesta, P., & Carrillo Pulgar, G. (2019). Recaudación de impuestos por domicilio fiscal Ecuador: zona de planificación tres (Chimborazo, Cotopaxi, Tungurahua, Pastaza). *Bolentín De Coyuntura*,(21), 2226.
- Castillo-Urco, C. (2020). Panorama socioeconómico de los emprendedores. *Revista Ciencia UNEMI*, 47-58.
- Chávez Cruz, G., Campuzano Vásquez, J., & Betancourt Gonzaga, V. (2018). Las micro, pequeñas y medianas empresas. Clasificación para su estudio en la carrera de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Machala. *Conrado*, 14, 247-245.
- Contreras Sierra, E. R. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Pensamiento & Gestión*, 35, 152-181.
- Córdoba Tovar, J., Pérez Acosta, M., & Rodríguez del Castillo, A. (2016). Córdoba, J. T., Acosta, A. M. P., & d El concepto de personalidad de la empresa: Antecedentes conceptuales y examen crítico. *Cuadernos hispanoamericanos de psicología*, 16(1), 17-28.

- Correa Leiva, V. F., & Stumpo, G. (2018). Mi pymes un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento. *Coords*, 9-34.
- Cuatrecasas, C. (2017). *Gestión integral de la calidad: Implantación, control y certificación. Gestión 2000, 2005*. Barcelona: Profit.
- Dávalos, J. L. (2020). *Informe de rendición dde cuentas* . Quito: C.F.N.
- Díaz Muñoz, G. A., Quintana Lombeida, M. D., & Fierro Mosquera, D. G. (20021). La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA*, 6(1), 145-161.
- Dini, M., & Stumpo., G. (2016). *Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Santiago: CEPAL.
- Domingo, T. D., Sattl, S. A., & Orlando, P. J. (2017). Terreno, D. D., Sattler, S. A., & Pérez, J. O. (2017). Las etapas del ciclo de vida de la empresa por los patrones del estado de flujo de efectivo y el riesgo de insolvencia empresarial Contabilidad y Negocios. *Contabilidad y Negocios: Revista del Departamento Académico de Ciencias Administrativas*, 12(23), 22-37.
- Ecuadorencifras. (2012). *Directorio de Empresas y establecimientos*. Quito: INEC.
- Eduardo, R. A., & Alexandra, S. C. (2017). Las PYMES ecuatorianas: su impacto en el empleo como contribución del PIB PYMES al PIB total. *Espacios*, 38(53), 15.
- Escorsa Castells, , P., & Valls Pasola, J. (2004). Tecnología e innovación en la empresa. Ediciones UPC, Barcelona. *Revista madri+d. Monografía: revista de investigación en gestión de la innovación y tecnología*, 103-104.
- Espinosa Jaramillo, M. T., Venus Carvaja, F. M., & Pesantez Rodríguez, J. C. (2021). Teoría evolucionista, revolución tecnológica y paradigma tecno-económico: una mirada a la economía de la innovación. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*.
- Espinoza Montenegro, M., Sisa Vega, Q., & Rivera Badillo, L. (2019). Los emprendedores de la zona 3 del Ecuador: un análisis comparativo desde sus competencias. *Bolentín de Coyuntura* , 9-15.
- Esteves, A. (2020). El impacto del COVID-19 en el mercado de trabajo de Ecuador. *Revista Latinoamericana de Políticas y Acción Pública*, 7(2), 35-41.
- Esther del Carmen Mullo Romero¹, M. R. (2021). *La diversidad cultural y su impacto en el turismo comunitario*.
- Feijoo Crespín, L. M., & Feijo Crespín, F. J. (2021). *Evolución de las actividades comerciales por medios electrónicos en pymes ecuatorianas durante el periodo 2016-2021*. Guayaquil: Tesis de Licenciatura. Universidad de Guayaquil.
- Francisco, B., Rafael, D., & León, M. (2016). *Buen Vivir y cambio de la matriz productiva*. Quito: Quito: fes-ildis.
- Galarza Vinueza, C. A. (2020). *Modelo de asociatividad para el desarrollo socio económico de los negocios en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2019-2020. MS thesis. La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena*. Santa Elena: Universidad Estatal Península de Santa Elena.

- Garabiza Castro, B. D., Plúas Zambrano, V. A., & Rojas Zavala, V. E. (2019). Crecimiento económico e inflación: determinantes del desempleo en Ecuador. *Observatorio de La Economía Latinoamericana*.
- García Bonilla, Y. P. (2021). *Revisión de literatura sobre factores clave en la implementación de un sistema de gestión de calidad en pymes*. CEPAL euro mipyme.
- García Guilianny, J., Duran, S., & Cardeño Pórtela, E. (2017). Proceso de planificación estratégica: Etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la competitividad. *Revista Espacios*, 38(52), 16.
- García Payares, F., Boom Cárcamo, E., & Molina Romero, S. (2019). Habilidades del gerente en organizaciones del sector palmicultor en el departamento del Cesar-Colombia. *Visión de futuro*, 21(2), 0-0.
- García Solarte, M., González Campo, C. H., & Murillo Vargas, G. (2017). Características de las pymes según la gerencia sea hombre o mujer: caso empírico de CalCaracterísticas de las pymes según la gerencia sea hombre o mujer: caso empírico de Cali. *Revista EAN*(82), 147-164.
- Gil Gaytán, O. L. (2017). Asociación entre el perfil del empresario y el éxito en el emprendimiento internacional. *PAAKAT: revista de tecnología y sociedad*, 7(12).
- Giraldo Múnera, A., Bedoya Bermudez, G., & Vargas Restrepo, C. M. (2019). Principales limitaciones del empresarismo que afectan el desarrollo económico y social del país. *evista Escuela De Administración De Negocios*, 66, 100-112.
- González, A. J., Villamil, D., & Arteaga, W. (2019). Propuesta teórica de mapa de procesos sustentables para crear valor en PYMES. *Semilleros*, 5(10), 17-32.
- Guaipatin, C., & Schwartz, L. (2014). *Análisis del Sistema Nacional de innovación. Hacia la consolidación de una cultura innovadora*. Washington D.C: Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Gualotuña Reimundo, M. E. (2011). *Análisis de la situación de las Pymes ubicadas en la ciudad de Quito y su apertura a mercados internacionales en el período 2005-2009*. Quito: BS thesis. Quito.
- Herrera Díaz, C. (2018). "Investigación cualitativa y análisis de contenido temático. Orientación intelectual de revista Universum. *Ediciones cumplutense*, 28(1), 119.
- Herrera, D. (2020). Herrera, D. "Desafíos y soluciones para mejorar el financiamiento a las pymes durante la pandemia. *Ciencia, tennología e Innovación*.
- Herrera, D. (2020). *Instrumentos de financiamiento para las micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina y el Caribe durante el Covid-19*. El salvador: BID.
- IASC, L. F. (2019). Norma Internacional de información financiera para pequeñas y medianas entidades NIIF para PYMES . *The International Accounting Standards Committee Foundation*.
- INEC, (2016). *Ecuador - Directorio de Empresas y Establecimientos*. Quito: ESTADÍSTICAS ECONÓMICAS.

- Iñiguez Cadena, P., Rendón, M., Aguilar Ávila, J., & Salinas Cruz, E. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 87, 1603-1617.
- Irma, Pérez Vargas; Pablo, Guerra Rodríguez; Aguirre, Dávila; César, Mario César. (2016). Factores que impulsan la internacionalización de las pymes manufactureras. *Vincua Tégica*, 1494-1520.
- Jiménez Sánchez, V. (2015). La redefinición del papel de la empresa en la sociedad. *Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales* 20 , 129-145.
- Kantis, H. (2020). Kantis, Hugo. "Índice de condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico: Mas allá de la pandemia. Universidad Nacional General Sarmiento. *Prodem. GEN. Argentina*.
- Kirby, C., & Brosa, N. . (2011). *La logística como factor de competitividad de las Pymes en las Américas*. Santo Domingo, República Dominicana. : Banco Interamericano de Desarrollo.
- Kravets, I., & De Cornago., P. (2008). La importancia del turismo cultural en la construcción de la identidad nacional. *Revista de Cultura e Turismo*, 2(2), 1-16.
- López, P. L. (2004). Población y muestreo. *Scielo*, 3.5.
- Luna Ramírez, J. M. (2021). *Las TICS en los emprendimientos universitarios, su aporte a la economía y los efectos de la COVID-19 Caso de estudio"*. Quito: FCE UG" .
- Maldonado-Escandón, A., Patiño-Patiño, S., & Chiriboga-Mendoza, F. (2019). Planificación estratégica corporativa en pymes. Caso de estudio de una pyme en Manta, Ecuador: artículo de investigación. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada Yachasun-Issn: 2697-3456*, 3(4), 1-8.
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de Mercados*. Mexico: Pearson Educación.
- María Isabel Gavilánez, María Elena Espín Oleas y Mariela Arévalo Palacios. (2018). Impacto de la gestión administrativa en las PYMES del Ecuador. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1-22.
- Mariño Velasteguí, K. G., Llerena Barreno, E. A., & Proaño Altamirano, G. E. (2021). Evolution of the tourist lodging enterprises, case study Baños-Tungurahua. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.*, 9, spe 1.
- Mario Patricio Padilla Martínez, L. F. (2018). La dinámica empresarial y el emprendimiento, factores determinantes para el desarrollo del ciclo de vida de las pymes. *Publicando*, 3.
- Martínez Padilla, M. P., Lascano Pérez, L. F., & Jiménez Silva, W. R. (2018). La dinámica empresarial y el emprendimiento, factores determinantes para el desarrollo del ciclo de vida de las pymes. *Revista Publicand*, 5(15), 308-325.
- Medeiros Gonçalves, V. L., & Camargos Teixeira, E. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. *CEPAL*, 4.
- Mendoza Gallo., G. (2020). Mendoza, G. G. (2020). El aprendizaje organizacional y su impacto con el rendimiento empresarial y el mercado: el caso del Ecuador. *Estudios de la Gestión: revista internacional de administración*.(8), 57.78.

- Melo Torres, L. I., Sánchez Sulú, N. V., & Corbelle Cacabelos, F. (2020). Mapa de la competitividad en microempresas de la agroindustria alimentaria. *Revista Espacios*, 41(5), 6
- Merino, A. P., & Díaz Ruiz, M. A. (2006). *Análisis de datos con SPSS 13 Base*. McGraw-Hill Interamericana. Madrid: McGraw-Hill.
- Mero Vélez,, J. M. (2018). Empresa, administración y proceso administrativo. *Revista Científica FIPCAEC*, 3(8), 84-102.
- Mesones, A. B., & Roca, E. (2011). Avolio, B., Mesones, A., & Roca, E. (2011). Factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú (MYPES). *Strategia*, 22, 70.80.
- Mokate, K. M. (2004). *Evaluación financiera de proyectos de inversión*. Colombia: Alpha Editorial.
- Morccolla Zuñig, M. D., & Pinchi Paz, E. R. (2021). *Influencia de las fuentes de financiamiento en el crecimiento económico de las micro-empresas del sector económico*. Lima: APROMECA.
- Murillo Gómez, I. d., Tenorio, J. G., & Rivadeneir, I. M. (2020). Análisis del ciclo de vida en las empresas del Ecuador. *Journal of Science and Research*, .
- Navarrete Marneou, E., & Sansores Guerrero, E. (2018). Crecimiento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa: un análisis de los factores determinantes. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(81), 2163-179.
- OECD and CAF Development Bank of Latin America . (2019). *Políticas para PYMEs competitivas en la Alianza del Pacífico y países participantes de América del Sur* . Lima: CAF.
- Ocaña, Á. S. P., & Medina, W. M. G. (2022). Administración estratégica en las pymes de Tungurahua y su impacto en la reactivación post pandemia. *Visionario Digital*, 6(2), 6-22.
- Olmedo Navas, W. H. (2018). Estrategias de negocios aplicadas a las pymes y su incidencia en el desarrollo empresarial del sector económico industrial en la zona tres del Ecuador. *RECIAMUC*, 2(2), 572-594.
- Ortiz, Santiago, S., & Moreno Gavilanez, K. (201). Perspectiva de la normativa adecuada a las pequeñas y medianas familiares industriales. *Polo del Conocimiento*, 3(7), 505-518.
- Pacheco, J. L. (2020). Análisis general del spss y su utilidad en la estadística. *E-IDEA Journal of business sciences*, 2(4), 17-25.
- Pérez-Vargas, I., Guerra-Rodríguez, P., & Dávila-Aguirre, M. C. (2016). Factores que impulsan la internacionalización de las Pymes. *Vinculatégica*, 1494-1520.
- Pico, A., Del Rio, J., Trujillo, R. S., & Rodríguez, C. (2017). ¿ El emprendimiento como estrategia para el desarrollo humano y social? *Saber, ciencia y libertad*, 107-23.
- Pineda, R. D., Monge Garcia, M. G., & Martínez, J. A. (2016). La localización y supervivencia de las compañías del sector manufactura y comercio de la región tres del Ecuador durante el período 2000 - 2013. *mktDESCUBE*, 56-58.
- Pineda, Rosario Del Carmen; Monge Garcia, Marcelo Garcia, ; Martínez, Juana Amparo. (2018). Localización y ciclo económico en la supervivencia de las compañías del sector agropecuario (ciiu-01) de la región n° tres del Ecuador periodo 2000-2010. *mktDESCUBRE*, 1(08), 56-58.
- Poaquiza, A. I. (2018). Análisis del impacto económico del Turismo. Ambato, Tungurahua.

- Pozos, Delfín, F. L., & Acosta, M. P. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresaria. *Pensamiento & gestión*, 184-202.
- Rafael Eduardo RON Amores, V. A. (2017). ISSN 0798 1015. *Espacios*, 5.
- Reyes, Y. M., Solís, J. M. G., & Lucero, R. P. C. (2021). Estudio diagnóstico evaluativo en el sector PYMES del cantón Latacunga: una mirada a la gestión empresarial y administrativa. *Pro Sciences: Revista de Producción, Ciencias e Investigación*, 5(38), 136-148.
- Roberto, E. B., García Pérez de Lema, D., & Sánchez Trej, V. G. (2009). Factores determinantes del éxito competitivo en la Pyme: Estudio Empírico en México. *Revista Venezolana de gerencia*, 169-182.
- Rodríguez-Mendoza, R. L., & Aviles-Sotomayor, V. M. (2020). Las PYMES en Ecuador. Un análisis necesario. *593 Digital Publisher*, 5(1), 191-200.
- Rommel, G. C. (2017). La aportación de las pequeñas y medianas empresas pymes en la economía ecuatoriana. *Revista ciencia administrativa*, 2, 146-148.
- Ron Amores, R. E., & Sacoto Castillo, V. A. (2017). Las PYMES ecuatorianas: su impacto en el empleo como contribución del PIB PYMES al PIB total. *Espacios*, 38-53.
- Ron Amores, R. E., & Saoto Castillo, V. A. (2017). Amores, R. E., and V. A. Castillo. "Las PYMES ecuatorianas: su impacto en el empleo como contribución del PIB PYMES al PIB tota. *Espacios*, 38(53), 15.
- Ron, R. (2017). Las PYMES ecuatorianas: su impacto en el empleo como contribución del PIB. *Espacios*, 5.
- Rozas Fardella, J. (2013). Habilidades estratégicas del líder. *Revista cubana de enfermería*, 29(3), 233-243.
- Saavedra García, M. L., Demur Flores, M. D., & Choy Zevallos, E. E. (2020). Uso de las prácticas de comercialización de las PYME de la Ciudad de México y su relación con la competitividad. *Uso de las prácticas de comercialización de las PYME de la Ciudad de México y su relación con la competitividad. Retos*, 10(20), 1390-8618.
- Sánchez Moyón, L. A., Robalino Rivadeneira, A. G., & Gallegos Santillá, D. N. (2021). *Análisis comparativo del prpesupuesto general del estado y su influencia en la política fiscal en el ecuador periodod 201-2020*. Riobamba: UNACH.
- Sánchez, A. M. (2016). Empleo y ventas en empresas y establecimientos de Tungurahua y Ambato. *Bolentín de Coyuntura*(9), 14.15.
- Sánchez, P. (2020). Variables macroeconómicas de la zona 3. *Unach*, 3.
- Sánchez, P. (2020). Variables macroeconómicas de la zona 3 Índice de confianza empresarial de la provincia de Chimbora. *Unach*, 3.
- Seclen Luna, J. P., & López Valladares. , H. (2020). Influencia del uso de herramientas en la gestión de la fase temprana del proceso de innovación de productos. *Innovar* , 119-130.
- SENPLADES. (2012). Procesop de desconcentración del ejwecutivo en los noiveles administrativos de la planificación. *Secretaria Nacional de planificación y desarrollo*.

- Senplades. (2012). *Zona Administrativa de Planificación*. Quito: Semplades.
- Tapia Primo, W., & Turizo Tapia, H. F. (2017). Emprendedor y empresario: una construcción desde la dinámica del pensamiento económico. *Inquietud Empresarial*, 16(1), 15-52.
- Terreno, Dante, D., Sattle, S., & Pérez, J. O. (2017). Las etapas del ciclo de vida de la empresa por los patrones del estado de flujo de efectivo y el riesgo de insolvencia empresarial. *Revista del Departamento Académico de Ciencias Administrativas*, 12(23), 22-37.
- Tovar Posso, M., & Muñoz Martínez, I. T. (2019). Metodología para valoración financiera de Pymes colombianas utilizando flujos de efectivo. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 18(35), 139-162.
- Universidad-siglo. (2018). *Investigacion-de-mercado/primer-parcial*.
- Vargas, Gautama, C. (2022). Aplicación de la teoría rensis likert en el clima organizacional de una institución educativa. Lima, 2021. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(21), 994-1018.
- Velásquez, M. E. (2022). *Estudio del comportamiento de la demanda turística interna en la reactivación pos-COVID-19 en Ecuador: Study of the behavior of internal tourist demand in the post-covid-19 reactivation in Ecuado*. Quito: Revista científica economica.
- Velasteguí, K. G. (2021). Evolution of the tourist lodging enterprises, case study Baños-Tungurahua. *Scielo*.
- Vélez Peña, M. J., & Vega Chamba, N. E. (2018). Estructura de las pymes en la economía ecuatoriana. *Revista Académica-Investigativa de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa*, 4(8).
- Villalba Villafuerte, E. A., & Villacís Olovache, O. J. (2018). *La dinámica empresarial y el emprendimiento como factor determinante en el desarrollo del ciclo de vida de la PYMES de la zona tres*. Ambato: BS thesis. Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Carrera de Marketing y Gestión de Negocios.
- Villegas Gómez, M. (2016). NIIF y MIPYMES: retos de la contabilidad para el contexto y la productividad. *Español 2015*, 29(53), 49.76.
- Vinuesa, P. (2016). Correlación teoría y práctica. *CCG-UNAM*, 2.
- Wilfrido de Jesús Primo Tapia, H. F. (2016). Emprendedor y empresario: una construcción desde la dinámica del pensamiento económico. *Inquietud empresarial*, 19.
- Yuni, J. A., & Urbano, A. (2006). *Yuni, J. A., & Urbano, C. A. (2006). Técnicas para investigar: recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación*. Argentina: Editorial Brujas.
- Zoila López Cadena. (2019). *Revista de Administração Unimep. RAU*, 2.

SIMBOLOGIA

(β)	Beta De La Compañía
BCE	Banco Central De Ecuador
BVT	Bolsa de Valores del Tesoro
CAPM	Capital Asset Pricing Model
CFN	Corporación financiera nacional
DIEE	Directorio económico de empresas
EBITDA	Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization, es decir, el beneficio antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización
FE	Flujo de efectivo
INEC	Instituto Nacional de Estadística y Censos
KD	Costo de la deuda
KE	Costo de equidad
KE	Costos del patrimonio
NBI	Necesidades básicas insatisfechas
NEC	Normas ecuatorianas de contabilidad
NIIF	Normas internacionales de información financiera
OCDE	Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico
PB	Producción bruta
PEA	Población económicamente activa
PIB	Producto interno bruto
PYME	Pequeñas y medianas empresas
RF	Riesgo Financiero
RM	Riesgo de mercado
ROI	Retorno de la inversión
SENPLADES	Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo

SRI	Servicio de rentas internas
SUPERCIAS	Superintendencia de compañías
TIC	Tecnología de la información y comunicación
TIR	Tasa interna de retorno
TPG	Tasa de participación global
VAN	Valor Actual Neto
VP	Valor presente
WACC	Costo de capital promedio ponderado

Anexo de la encuesta a los directores de las Pymes de la Zona 3.

Información general

Genero del emprendedor.

Encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	238	63%
Femenino	140	37%
TOTAL	378	100%

Instrucción del emprendedor

Encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	62	16.40%
Secundaria	194	51.32%
Superior	122	32.28%
TOTAL	378	100%

INFORMACION ESPECIFICA

11. ¿Por qué motivo creó la empresa?

Encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Oportunidad	106	28%
Intuición	60	16%
Necesidad	212	56%
TOTAL	378	100%

2. ¿Disponía de experiencia previa en gestión de una PYME?

Encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Si	253	67%
No	125	33%
TOTAL	378	100%

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

Encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Capital propio	72	19%
Patrimonio	125	33%
Financiamiento	181	48%
TOTAL	378	100%

4.- ¿Cuáles son los principales clientes?

Encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Mayoristas	42	11%
Minoristas	64	17%
Consumidores finales	272	72%
TOTAL	378	100%

5. ¿Cómo califica el nivel de competitividad de la empresa?

Encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	45	12%
Muy bueno	136	36%
Bueno	83	22.%
Regular	76	20.%
Malo	38	10.%
TOTAL	378	100%

6. ¿Cómo ha sido el desarrollo de la imagen corporativa de la empresa en los últimos 5 años?

Encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	49	13%
Muy bueno	60	16%
Bueno	103	27%
Regular	121	32%
Malo	45	12%
TOTAL	378	100%

7. ¿Cuál es el porcentaje que la empresa ha crecido?

Encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Entre 0% a 25%	185	49%
Entre 26% a 50%	121	32%
Entre 51% a 75%	49	13%
Entre 76% a 100%	23	6%
TOTAL	378	100%

8. ¿Cuál considera que es la principal barrera externa que impide el crecimiento de la empresa?

Encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Ausencia de nivel asociativo	110	29%
Alta competitividad	98	26%
Falta de políticas crediticias	170	45%
TOTAL	378	100%

9. ¿Cuál considera que es la principal barrera interna que impide el crecimiento de la empresa?

Encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente Administración	121	32%
Ausencia de estrategias organizacionales	170	45%
Carencia de talento humano especializado	87	23%
TOTAL	378	100%

10. ¿Cree que se necesita de promoción para los diferentes programas de apoyo y asociatividad para las PYMES?

Encuestados	Frecuencia	Porcentaje
Si	253	67%
No	125	33%
TOTAL	378	100%

Anexo 2

Entrevista realizada a los Gerentes de las PYMES.

1. ¿Cuáles son los principales factores que inhiben el éxito de la empresa?
2. ¿La empresa está cumpliendo con los objetivos planteados?
3. ¿Ha crecido la empresa en los últimos cinco años?, ¿cómo lo ha hecho?
4. ¿Qué áreas de la empresa ofrecen mayor potencial para mejorar?
5. ¿Cuál es el nivel tecnológico de la empresa? ¿es suficiente o insuficiente para el desarrollo de las actividades de la empresa?
6. ¿Cómo se mide la productividad del recurso humano en la empresa? ¿Cumple sus funciones correctamente?
7. ¿Cómo ve los niveles de rentabilidad de la empresa?
8. ¿Quién falta en el equipo de trabajo y quién sobra?
9. ¿Se está cumpliendo el objetivo de ventas?
10. ¿Se cuenta con los recursos necesarios para operar el negocio?
11. ¿Se están canalizando los recursos al área que los necesita y en las cantidades necesarias?
12. ¿Existe un presupuesto bien elaborado?
13. ¿Convendría formar alianzas?, ¿Con quién?
14. ¿Con qué recursos físicos cuenta la empresa?
15. ¿Cuál es su nivel de capacitación del recurso humano?
16. ¿Cuál es la edad laboral promedio de la empresa?

17. ¿Cómo es su estrategia de marketing?
18. ¿Cómo está la información financiera?
19. ¿Su empresa tiene alianzas con otras empresas?
- 20.- ¿Qué pasos debo seguir para iniciar el negocio?