



**Trabajo de integración Curricular previa a la
obtención de título de Máster en Ingeniería
Automotriz con mención en procesos y calidad de
servicio automotriz.**

AUTOR:

ORTEGA CARRILLO WILSON ALEXANDER

TUTOR:

MONTENEGRO BARRERA LUIS ALBERTO

Gestión financiera en talleres automotrices pequeños utilizando herramientas digitales e implementando prácticas eficientes.

Quito, junio 2025

CERTIFICACIÓN

Yo, Wilson Alexander Ortega Carrillo, declaro bajo juramento, que el trabajo aquí descrito es mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.

Firma del Graduado

Ing. Wilson Alexander Ortega Carrillo

C.I.: 1725524787

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

Yo, MBA. Luis Alberto Montenegro, certifico que conozco a los autores del presente trabajo. Siendo los responsables exclusivos tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.

Firma del director técnico de Trabajo de Grado

MBA. Luis Alberto Montenegro

DEDICATORIA

A mis padres Wilson Ortega y Patricia Carrillo y a mis abuelos maternos Miguel Carrillo y Elena Guaitarilla por ser las personas que me apoyaron a lo largo de mi vida.

Wilson Alexander Ortega Carrillo

AGRADECIMIENTO

A mis padres, por ser el pilar fundamental en mi formación personal y profesional. Su esfuerzo, sacrificio y valores inculcados desde temprana edad han sido la base sobre la cual he construido este logro. Gracias por su amor incondicional, por creer en mí y por brindarme siempre su apoyo inquebrantable.

A mi novia, por su constante respaldo, comprensión y aliento a lo largo de este proceso. Su compañía, paciencia y motivación han sido esenciales para mantenerme enfocado y perseverar hasta alcanzar esta meta. Le agradezco profundamente por estar a mi lado en cada etapa de este camino.

Wilson Alexander Ortega Carrillo

INDICE DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
INDICE DE TABLAS	vii
INDICE DE FIGURAS.....	vii
RESUMEN	ix
ABSTRACT.....	ix
INTRODUCCIÓN	10
MARCO TEÓRICO.....	12
Competitividad.....	14
MATERIALES Y MÉTODOS.....	15
Método	15
Materiales.....	16
Población.....	16
Lugar.....	16
Figura 1.	17
Encuesta	17
Figura 2.....	18
Herramientas	18
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	19
Resultados de la encuesta aplicada a talleres automotrices.....	19
Variables	20
Tabla 1.	20
KPIs utilizados y metodología de medición	21
Tabla 2.	21
Tabla 3.	22
Tabla 4.	22
Tabla 5.	24
Tabla 6.	25
Tabla 7.	25
Tabla 8.	26
Propuesta de mejora	26
Tabla 9.	27
Módulo de Estado de Resultados (PyG).....	27
Tabla 10.	28

<i>Módulo de Estado de Resultados (PyG)</i>	28
Módulo de Control de Ingresos	28
Tabla 11.	29
Implementación bajo PHVA	29
Beneficios esperados	30
Socialización e implementación del tablero en Excel.....	30
Figura 3.	31
Resultados esperados tras la implementación del Tablero en Excel	31
CONCLUSIONES	33
REFERENCIAS.....	35
ANEXOS	37

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.	19
Tabla 2.	20
Tabla 3.	21
Tabla 4.	22
Tabla 5.	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 6.	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 7.	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 8.	26
Tabla 9.	27
Tabla 10.	28
Tabla 11.	29

INDICE DE FIGURAS

Figura 1.	17
Figura 2.	18
Figura 3.	31

GESTIÓN FINANCIERA EN TALLERES AUTOMOTRICES UBICADOS EN SECTORES RURALES, UTILIZANDO HERRAMIENTAS DIGITALES E IMPLEMENTANDO PRÁCTICAS EFICIENTES.

MBA. Luis Alberto Montenegro Barrera ¹, Ing. Gorky Reyes. MSc², Ing. Cristopher Israel Fuertes Iturralde.³

Maestría en Ingeniería Automotriz con mención en procesos y calidad de servicio automotriz – Universidad Internacional del Ecuador, Quito – Ecuador

Ing. Wilson Alexander Ortega Carrillo

1 ingeniero Automotriz – Universidad Internacional del Ecuador, wiortegaca@uide.edu.ec, Quito – Ecuador

RESUMEN

Introducción: La sostenibilidad financiera de talleres automotrices en sectores rurales como Guayllabamba es limitada debido a la falta de registros contables estructurados y a el escaso uso de herramientas digitales, esta investigación busca identificar los factores principales que inciden en la gestión financiera de talleres ubicados en sectores rurales. **Metodología:** Se utilizó encuestas y entrevistas a propietarios de talleres, además se realizó el análisis del desempeño de un taller local, evaluando tres ejes: control de ingresos/egresos, uso de herramientas digitales, y prácticas de gestión financiera. **Resultados:** Se evidenció que la gran mayoría de los talleres analizados registra sus ingresos de forma manual o empírica, coincidiendo con el 56,8% del promedio a nivel nacional, además el taller evaluado presentó una disminución del 10,7% en órdenes de trabajo entre septiembre y diciembre, asimismo, la falta de planificación operativa y análisis de rentabilidad genera ineficiencias. **Conclusión:** El casi nulo uso de herramientas tecnológicas y el desconocimiento en gestión financiera limitan el crecimiento de los talleres rurales, por lo que se recomienda implementar software contable y prácticas como análisis de horas productivas, conciliaciones semanales y control de gastos fijos para mejorar la toma de decisiones.

PALABRAS CLAVE: Taller automotriz, Finanzas, Control de ingresos, Herramientas digitales, Gestión eficiente.

ABSTRACT

Introduction: The financial sustainability of automotive workshops in rural areas such as Guayllabamba is limited due to the lack of structured accounting records and the limited use of digital tools. This research seeks to identify the main factors that influence the financial management of workshops located in rural areas. **Methodology:** Surveys and interviews with workshop owners were used. In addition, an analysis of the performance of a local workshop was carried out, evaluating three axes: income / expense control, use of digital tools, and financial management practices. **Results:** It was evident that 100% of the workshops analyzed record their income manually or empirically, coinciding with 56.8% of the national average. In addition, the evaluated workshop presented a 10.7% decrease in work orders between September and December. Likewise, the lack of operational planning and profitability analysis

generates inefficiencies. Conclusion: The almost nonexistent use of technological tools and lack of knowledge about financial management limit the growth of rural workshops. Therefore, it is recommended to implement accounting software and practices such as analysis of productive hours, weekly reconciliations, and fixed expense control to improve decision-making.

KEY WORDS: Automotive workshop, Finance, Income control, Digital tools, Efficient manageme

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los talleres automotrices pequeños enfrentan varios desafíos relacionados con la administración eficiente de sus recursos financieros. El creciente número de nuevos talleres, los avances tecnológicos en el sector automotor y las nuevas exigencias del cliente exigen que estos negocios adopten estrategias de gestión más efectivas (Muñoz, 2021). En sectores rurales como Guayllabamba, parroquia ubicada al norte del Distrito Metropolitano de Quito, los talleres funcionan con recursos limitados y bajo estructuras familiares o informales, lo que dificulta una gestión financiera profesional (Cedeño & Rivadeneira, 2022), a pesar de su importancia en la economía local, los talleres automotrices de Guayllabamba no cuentan con herramientas para el control de ingresos, gastos, inventarios y costos operativos, limitando su rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo. Además, en muchos casos, el registro de operaciones se realiza de forma manual o intuitiva, sin la aplicación de procesos administrativos estandarizados (Vega & Torres, 2020), frente a este panorama, la digitalización de procesos financieros es una alternativa viable y necesaria para mejorar la eficiencia y competitividad de estos negocios, el uso de herramientas digitales como software de facturación, aplicaciones de control de inventario y plataformas contables en la nube permite automatizar tareas, generar reportes financieros en tiempo real y tomar decisiones basadas en datos (Pérez & López, 2020), por lo tanto, identificar las principales dificultades que enfrentan los talleres automotrices ubicados en sectores rurales en su gestión financiera es fundamental. Este objetivo se puede alcanzar al emplear estas tecnologías junto con prácticas eficientes como la planificación

presupuestaria, el control de costos y el análisis de rentabilidad, que fortalecen la gestión de los talleres y les permiten adaptarse mejor a los cambios del mercado (González & Rivera, 2023), en este contexto, el presente trabajo tiene como objetivo general proponer herramientas digitales y prácticas eficientes que permitan mejorar la gestión financiera en talleres automotrices pequeños ubicados en sectores rurales, para alcanzar este propósito, se plantean los siguientes objetivos específicos: diagnosticar el estado actual de la gestión financiera en talleres automotrices de Guayllabamba, analizar el nivel de uso de herramientas digitales aplicadas a la gestión contable y administrativa, y proponer estrategias accesibles que fortalezcan la planificación financiera, el control de ingresos y la sostenibilidad operativa, la adopción de tecnologías digitales mejora significativamente el desempeño financiero de las micro y pequeñas empresas, no solo por la optimización de procesos, sino también por la mejora en la relación con los clientes (Rodríguez et al., 2019). En Guayllabamba, donde el crecimiento poblacional y vehicular ha incrementado la demanda de servicios automotrices, los talleres tienen una oportunidad estratégica para modernizarse y diferenciarse a través de una gestión más profesional (Sánchez & Bravo, 2021).

MARCO TEÓRICO

La gestión financiera en talleres automotrices ubicados en sectores rurales constituye un pilar esencial para su sostenibilidad y crecimiento, especialmente en contextos económicos cambiantes como el de Guayllabamba, este tipo de microempresas suelen enfrentar limitaciones en recursos financieros, técnicos y administrativos (Chiavenato, 2017), lo cual exige implementar sistemas eficientes de control financiero que incluyan la planificación, el registro y la evaluación de ingresos y egresos (Van Horne & Wachowicz, 2010), además uso de herramientas digitales como software de contabilidad y aplicaciones móviles de facturación ha demostrado mejorar la toma de decisiones, la eficiencia operativa y el control de gastos (Gitman & Zutter, 2012; Sánchez & Rojas, 2020), así mismo, donde la informalidad aún es común, la gestión financiera permite identificar costos reales por servicio, márgenes de rentabilidad y ciclos de inversión (Martínez, 2018), además, prácticas como el presupuesto operativo, la conciliación bancaria frecuente y el análisis de flujo de caja son claves para evitar la descapitalización (Horngren et al., 2015; López & Ramírez, 2021). La digitalización de procesos administrativos y financieros, incluso a través de herramientas accesibles como Excel o QuickBooks, contribuye a una mayor formalización y crecimiento (Mankiw, 2016; Muñoz & Ortega, 2022), por lo tanto, aplicar una gestión financiera sólida, apoyada en tecnología y buenas prácticas, se vuelve indispensable para la competitividad de los talleres (Toro & Castillo, 2023).

Gestión financiera

La gestión financiera en los talleres automotrices permite una administración eficiente de los recursos económicos, enfocándose en la planificación, control y análisis de ingresos y egresos, esta disciplina es fundamental para garantizar la rentabilidad del negocio, evitar sobre costos y mantener la operatividad a largo plazo, según Gitman y

Zutter (2012), una buena gestión financiera implica tomar decisiones basadas en información contable confiable y actualizada, por lo que en el caso de talleres automotrices ubicados en sectores rurales, Sanhueza y Palma (2018) señalan que el control del flujo de efectivo y la proyección de ventas son claves para sostener el negocio. Además, Horngren, Sundem y Stratton (2006) resaltan la importancia de aplicar principios de contabilidad administrativa para evaluar costos de mano de obra, repuestos y servicios, elementos esenciales en el giro de este tipo de empresas.

Microempresas

Los talleres automotrices en el Ecuador generalmente se encuadran dentro de la categoría de microempresas, debido a su tamaño reducido, capital limitado y enfoque territorial, estos talleres desempeñan un rol importante en la generación de empleo y en la dinamización del comercio local, según La CEPAL (2010) define a las microempresas como agentes clave del desarrollo local que requieren apoyo en formalización, acceso a crédito y gestión, así mismo la Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa del Ecuador (2020) subraya que los talleres automotrices, aunque pequeños, representan una porción significativa del sector de servicios en zonas rurales y suburbanas, por otra parte, Cuervo-Cazurra (2016) destaca que estas empresas deben fortalecer su gestión empresarial para crecer y sostenerse en mercados cada vez más competitivos.

Herramientas digitales

El uso de herramientas digitales se ha convertido en un factor fundamental para la modernización de los talleres automotrices, estas tecnologías incluyen desde software de gestión empresarial hasta equipos de diagnóstico automotriz, permitiendo una administración más eficiente y un mejor control del negocio, según Chaffey y White (2010), las herramientas digitales permiten integrar información clave para la toma de

decisiones, además González (2021) indica que en Ecuador la adopción de estas tecnologías ha sido progresiva en microempresas automotrices, mejorando los procesos de atención al cliente y gestión de inventario, así misma Laudon y Laudon (2016) destacan que el uso de sistemas de información representa una ventaja competitiva en entornos altamente dinámicos como el automotriz.

Control de gastos

El control de gastos es una práctica clave en la gestión de talleres automotrices, ya que permite determinar fugas de dinero y optimizar el uso de los recursos, además llevar un registro detallado de los costos asociados a repuestos, sueldos, servicios básicos y mantenimiento ayuda a prevenir pérdidas económicas, Horngren, Sundem y Stratton (2006) explican que el análisis de costos contribuye a establecer precios adecuados y a mantener la rentabilidad del negocio, por otro lado Sanhueza y Palma (2018) mencionan que muchos talleres enfrentan problemas financieros debido a la falta de seguimiento de sus egresos, además Gitman y Zutter (2012) agregan que el uso de presupuestos operativos permite a las microempresas controlar mejor sus finanzas y adaptarse a cambios en la demanda del mercado.

Competitividad

La competitividad en talleres automotrices depende de su capacidad para ofrecer servicios de calidad, adaptarse a nuevas tecnologías y fidelizar a los clientes, esto implica que los talleres invertir en formación técnica, mantener herramientas actualizadas y gestionar adecuadamente los procesos operativos, Porter (1990) sostiene que la ventaja competitiva se logra mediante la diferenciación y la eficiencia interna, la Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa del Ecuador (2020) resalta que la mejora en la atención al cliente y la adopción de prácticas modernas aumentan las oportunidades de éxito frente a talleres informales.

MATERIALES Y MÉTODOS

Método

La presente investigación utiliza un enfoque cualitativo, esto con el objetivo de proponer prácticas de gestión financiera adaptadas a las necesidades de talleres automotrices ubicados en sectores rurales como Guayllabamba, para el cual se busca comprender en profundidad las experiencias y percepciones de los propietarios y administradores de talleres automotrices ubicados en sectores rurales de Quito, respecto a la gestión financiera de sus negocios, además se emplea un diseño de estudio de caso múltiple, que permite analizar detalladamente a 2 talleres seleccionados en Guayllabamba, dentro de su contexto natural, con el fin de identificar patrones comunes y diferencias significativas (Yin, 2018), así mismo, se enmarca en la investigación de campo, pues la recolección de información financiera se realizará directamente en los talleres mediante entrevistas semiestructuradas, observación directa y análisis de documentos contables, lo que favorece una visión empírica y contextualizada del fenómeno, a nivel de alcance, el estudio es de tipo descriptivo, ya que tiene como propósito caracterizar las prácticas financieras de los talleres, así como las barreras que enfrentan, finalmente, posee un carácter aplicado, puesto que busca generar una propuesta de mejora basada en herramientas digitales y estrategias administrativas accesibles, orientadas a optimizar la gestión financiera de estos negocios, contribuyendo así a su sostenibilidad económica.

Para alcanzar los objetivos de identificar, analizar y proponer prácticas de gestión financiera accesibles y eficientes se realizarán entrevistas a propietarios y administradores de talleres automotrices pequeños. Las preguntas se enfocarán en identificar las barreras que enfrentan en la gestión financiera, durante las entrevistas, se utilizarán preguntas abiertas para permitir que los participantes expresen sus experiencias y su punto de vista sobre los desafíos financieros en su negocio, también se revisará varios documentos financieros de los talleres (por ejemplo, estados financieros, reportes de flujo de caja,

balances de ingresos y egresos) para identificar los principales problemas de los talleres. Se revisará los documentos de al menos 2 talleres automotrices pequeños, analizando su situación financiera, gastos y rentabilidad. Se realizará Visitas a algunos talleres y se observará cómo gestionan sus finanzas y qué herramientas utilizan en su día a día. Esto proporcionará una comprensión directa de los procesos operativos y financieros.

Materiales

Población.

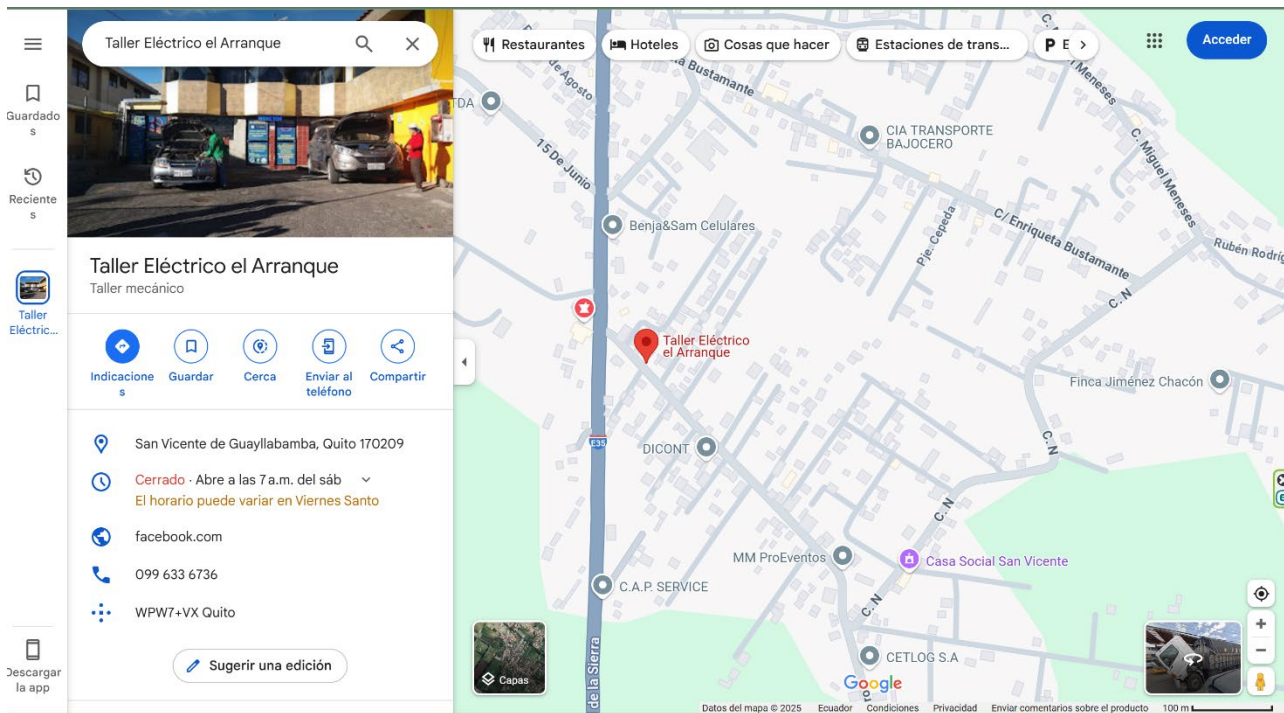
La población objetivo de esta investigación está conformada por 2 propietarios y administradores de su taller automotrices ubicados en la parroquia de Guayllabamba, El arranque S.A.S y taller Cadena, el primero teniendo una experiencia de más de 20 años en el mercado y el otro 2 años. este grupo es esencial para comprender las dinámicas internas de los negocios del sector automotriz, ya que están directamente involucrados en la toma de decisiones administrativas y operativas (Chiavenato, 2017), Además su conocimiento del entorno permite identificar de manera precisa los retos locales en la gestión de recursos, finanzas y procesos (Torres & Rodríguez, 2020).

Lugar.

La parroquia de Guayllabamba, situada al norte del distrito metropolitano de Quito, fue seleccionada como el lugar de aplicación de esta investigación debido a su dinámica comercial y a la presencia de diversos talleres automotrices, este enfoque geográfico permite contextualizar los resultados y adaptar las propuestas a la realidad local (INEC, 2022), así mismo, considerar un entorno específico favorece un análisis territorial más preciso, como lo señalan López (2021) en sus estudios de enfoque comunitario.

Figura 1.

Ubicación del taller



Fuente: Google Maps

Encuesta

La encuesta es el instrumento central para la recolección de datos, ya que permitirá identificar de manera cuantitativa las principales dificultades administrativas que enfrentan los talleres automotrices de Guayllabamba, este tipo de técnica es adecuada para recopilar información confiable y estructurada en investigaciones aplicadas (Hernández et al., 2021), Además, según Sampieri et al. (2014), el diseño de encuestas bien estructuradas facilita el análisis de variables clave en la gestión empresarial.

Figura 2.

Modelo de la encuesta

Encuesta sobre Gestión Financiera en Talleres Automotrices
Objetivo: Identificar las principales barreras en la gestión financiera de talleres automotrices pequeños, a través de la experiencia directa de sus propietarios o administradores.

Datos generales (opcional):
Nombre del taller: _____
Cargo del entrevistado: ☐ Propietario ☐ Administrador ☐ Otro: _____

Preguntas cerradas:

1. ¿Cuenta su taller con algún sistema para llevar el control financiero?
☐ Sí ☐ No ☐ En parte
2. ¿Con qué frecuencia revisa los estados financieros de su taller?
☐ Semanalmente ☐ Mensualmente ☐ Trimestralmente ☐ Nunca
3. ¿Quién se encarga principalmente de las finanzas del taller?
☐ Usted mismo ☐ Un contador externo ☐ Un empleado interno ☐ Otro: _____
4. ¿Qué herramientas utiliza actualmente para llevar el control de ingresos y gastos?
☐ Librota o cuaderno
☐ Excel
☐ Software contable (especificar): _____
☐ No utiliza ninguna herramienta
☐ Otro: _____
5. Del 1 al 5, ¿qué tan difícil considera la gestión financiera en su taller?
(1: Nada difícil - 5: Muy difícil)
☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Preguntas abiertas:

6. ¿Cuáles considera que son los principales desafíos financieros que enfrenta su taller?
7. ¿Qué aspectos de la gestión financiera le gustaría mejorar o considera que necesitan fortalecerse?
8. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación o asesoría en temas financieros? ¿Le gustaría recibirla?
9. ¿Puede describir cómo realiza actualmente el seguimiento de sus ingresos y egresos?
10. Desde su experiencia, ¿qué recomendaciones daría a otros propietarios de talleres sobre el manejo financiero?

Fuente: Wilson Ortega (autor)

Herramientas

Para el desarrollo y análisis de la investigación se emplearán herramientas digitales como Word, Excel, Google Forms, así como también plantillas para flujos de caja y registros de inventario. Estas herramientas son esenciales para una gestión ordenada de los datos, permitiendo una visualización clara de la información y facilitando la toma de decisiones (Romero & Díaz, 2020), así mismo, Sánchez y Gutiérrez (2021) destacan que el uso de tecnologías informáticas incrementa la eficiencia en los procesos administrativos de pequeñas empresas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Resultados de la encuesta aplicada a talleres automotrices

Se aplicó una encuesta estructurada compuesta por 10 preguntas cerradas y abiertas, divididas en tres ejes: control financiero, uso de herramientas digitales y prácticas administrativas. A continuación, se presentan los resultados más relevantes obtenidos de los talleres “El Arranque S.A.S” y “Taller Cadena”:

- El 50% indicó contar con un sistema parcial de control financiero; el otro 50% no tiene ningún sistema formal.
- El 100% revisa sus estados financieros de forma esporádica o mensual, ninguno lo hace de forma semanal.
- La gestión financiera es realizada directamente por los propietarios en el 100% de los casos.
- Como herramientas de control, el 50% usa cuadernos y el otro 50% Excel. Ninguno utiliza software contable.
- En una escala de dificultad (1 a 5), el promedio fue de 3.5, evidenciando una percepción de dificultad moderada.

Con respecto a las preguntas abiertas se obtuvo los siguientes resultados:

- Los principales desafíos identificados fueron la falta de conocimientos contables, informalidad en registros, y poca planificación financiera.
- Todos los encuestados manifestaron interés en mejorar la proyección de ingresos y la planificación de gastos.
- El 100% expresó no haber recibido capacitación financiera previa, pero mostraron disposición a recibirla.

- La mayoría realiza seguimiento financiero de forma visual y empírica, sin conciliaciones ni análisis de rentabilidad.
- Se recomendó, desde la experiencia de los encuestados, implementar herramientas simples como hojas de cálculo y recibir asesoría contable externa.

Variables

Para analizar imparcialmente la gestión financiera en talleres automotrices ubicados en sectores rurales , se identificaron tres ejes principales de talleres ubicado en la parroquia de Guayllabamba: control de ingresos y egresos, uso de herramientas digitales de gestión y prácticas eficientes en la toma de decisiones financieras, cada eje fue abordado a partir de encuestas y entrevistas realizadas a propietarios de talleres, así como un análisis comparativo de herramientas tecnológicas implementadas.

A continuación, se muestran los resultados más distintivos, enfocados en aquellos factores que tienen mayor impacto en la sostenibilidad financiera de los talleres.

Tabla 1.

Factores críticos en la gestión financiera de los talleres.

Factor	Descripción	Importancia
Registro de ingresos/egresos	Anotar todas las entradas y salidas de dinero	Control financiero básico
Uso de software	Utilizar herramientas digitales para contabilidad o gestión	Agiliza procesos y minimiza errores.
Control de inventario	Llevar un registro actualizado de repuestos y materiales	Evita pérdidas y sobrecostos
Decisiones basadas en datos	Tomar decisiones con base en estadísticas y reportes reales	Mejora la efectividad y reduce los riesgos.

Fuente. Elaboración propia.

Aquí podemos observar factores fundamentales y la importancia de la aplicación de cada uno de estos para lograr una estabilidad financiera y un crecimiento constante.

KPIs utilizados y metodología de medición

Tabla 2.

KPIs utilizados.

KPI	Fórmula	Valor encontrado
Productividad (%)	$(\text{Horas efectivas} \div \text{Horas disponibles}) \times 100$	$563 \div 704 = 80\%$
Costo por hora de técnico	$(\text{Salario mensual} + \text{beneficios}) \div \text{Horas reales trabajadas}$	Entre USD 2,67 y USD 5,68/hora
Nº de Órdenes de Trabajo (OT)	$\Sigma \text{ OT semanales}$	Promedio 45 OT/semana (182 al mes)
Ticket promedio (USD/OT)	$\text{Ingresos} \div \text{Nº de OT}$	USD 23,06
Punto de Equilibrio (PE)	$\text{Costos fijos} \div \text{Margen de contribución unitario}$	USD 2.927,46 en ventas mínimas
Margen de Utilidad Neta (%)	$(\text{Utilidad neta} \div \text{Ventas}) \times 100$	$1.568 \div 4.197,5 = 37,3\%$
Crecimiento de ingresos (%)	$(\text{Ingresos semana } n - \text{Ingresos semana } n-1) \div \text{Ingresos semana } n-1 \times 100$	Ej.: Semana 1 $\rightarrow$ 2 = +17,5%

Fuente. Elaboración propia.

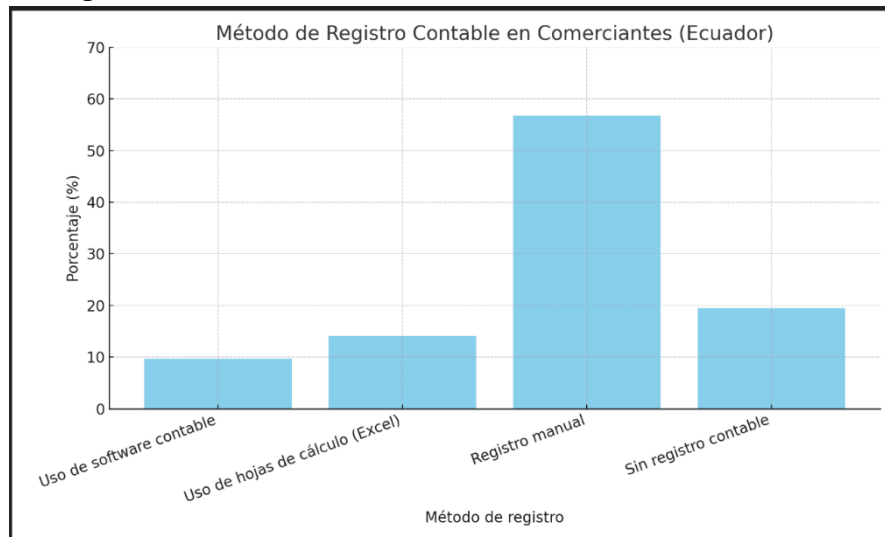
Los KPIs se calcularon con base en los registros del taller “El Arranque”, estimando valores mensuales entre septiembre y diciembre de 2024. Para la propuesta, se proyectó un escenario con incremento en órdenes de trabajo, sin modificar la estructura de costos.

Control de Ingresos y Egresos

Una de las principales variables dentro de los talleres en sectores rurales como Guayllabamba es la ausencia de un registro estructurado de ingresos y egresos, lo cual limita la capacidad de tomar decisiones acertadas con respecto a su rentabilidad. La mayoría de los talleres presentes en la parroquia manejan sus economías de forma empírica, usando registros manuales o aplicaciones no especializadas.

Tabla 3.

Métodos de registro contable en Ecuador



fuentes. Universidad técnica de Ambato

Según un estudio realizado por la Universidad Técnica de Ambato en agosto del 2016, a nivel general en Ecuador, solo el 9.7% de los comerciantes encuestados utilizan software contable para registrar sus ingresos y egresos, mientras que un 14.1% emplea hojas de cálculo como Excel, y un 56.8% continúa registrando sus operaciones de forma manual, y un 19.5% no lleva ningún tipo de registro contable.

Tabla 4.

Registro de ingresos y egresos

Técnico	tiempo (horas)	facturación	Observaciones
Andrik.	2 H	20 \$	Se cambio la coronilla del alternador de un WQR.
Jonathan	3H	50 \$	Montaje de inyector de servicio de scanner. Problemas de calibración en comp. comp.
Andrik.	1H	25 \$	Cambio de portabobinas de motor de arranque y se pasó el vehículo por el turno.
GERENTE	1H	15.	Se desmontó el motor de arranque de un WQR.
GERENTE	1:30	25	Se desmontó el motor de arranque de un WQR.
Andrik.	1:30	15	Cambio de regulador de alternador corsa 1.4.
Andrik.	15min.	5	Chequeo de líquido en baterías FIR.
Edison	3H	60 \$	Vehículo KIA. El vehículo no enciende debido a la avería del GPS.
Jonathan	2H	10 \$	Revisión en el sistema de inyección de un WQR.
Andrik.	45min.	10 \$	Fallo en el cableado del cierre centralizado de un WQR.
Andrik.	30min	25 \$	Un servicio de scanner y medición de gases KIA.

Fecha Actual		28/4/2025	Días de alerta por vencer		5
N.	Numero de Factura	Fecha de factura	Proveedor	Valor Factura	Días de Credito
1	51059/51466/51356	01/07/2024	Cialbra	\$ 441,20	
2	003-002-000006374	18/7/2024	Autocentro	\$ 87,00	
3	001-002-000000760	7/7/2024	Cesar Cevallos	\$ 363,00	
4			Importadora Carjativa		
5	003-012-000198723	8/7/2027	Inverneg	\$ 115,18	
6	002-050-000002952	08/07/2024	Importadora Viera	\$ 283,54	
7			Don Naim		
8			Ricardo Palma		
9	47573/99138	05/07/2024	Tecnova	\$ 263,80	
10			Alex Carrillo		
11			Carbones del Litoral		
12			Importadora Revollar		
13			Medinco distribuidor		
14	001-901-000004646	16/7/2024	Portilla Ortega martha	\$ 15,21	
15			Enriquez Marcos		
16	001-111-000000432	3/7/2024	Importaciones AC	\$ 374,53	

Fuente. Taller analizado

Se evidencia que muchos talleres automotrices, especialmente en zonas rurales como Guayllabamba, no emplean herramientas digitales para un adecuado control de sus finanzas, lo que permite asumir que forman parte del 56,8% de negocios que aún utilizan métodos manuales de registro de ingresos y egresos, según estadísticas nacionales, esta situación responde a factores como la falta de formación financiera y digital, la percepción de que estos sistemas son costosos o complejos, y la resistencia al cambio, el uso de métodos manuales conlleva desventajas significativas, como errores frecuentes, dificultad para planificar o proyectar, y obstáculos para acceder a financiamiento, además de limitar el control del inventario y la liquidez del negocio. este escenario representa una oportunidad para promover la implementación de herramientas digitales accesibles y sencillas, como hojas de cálculo, que permitan mejorar la toma de decisiones, profesionalizar la gestión financiera y aumentar la sostenibilidad de estos talleres a largo plazo.

Tabla 5.

Análisis de las ordenes de trabajo.

EL ARRANQUE				
DATOS	Sep.	Oct	Nov	Dic
Ordenes de trabajo	205	198	196	183
Mantenimiento preventivo (70%)	144	139	137	128
Mantenimiento correctivo (30%)	62	59	59	55
horas preventivo	215	208	206	192
horas correctivo	185	178	176	165
total horas correctivo + preventivo	400	386	382	357

Fuente. Autoría propia

Cabe recalcar que el ticket promedio es una estimación que se proyecta en esos meses debido a la falta de datos concretos, uno de los principales indicadores financieros en un taller automotriz es el volumen mensual de órdenes de trabajo, en el análisis del taller "El Arranque" entre los meses de septiembre y diciembre muestra una ligera disminución del número de órdenes, pasando de 205 en septiembre a 183 en diciembre, sin embargo también podemos observar que el ticket promedio se mantiene durante todos los meses, Esto puede estar influenciada por el mes de diciembre que históricamente es un mes atípico o por la capacidad operativa del taller.

Eficientes de gestión.

Las practicas eficientes de la gestión, independientemente de la tecnología, como: las conciliaciones semanales de caja, análisis mensual de rentabilidad, revisión del punto de equilibrios, análisis de horas productivas de los técnicos y el control de flujo de caja han demostrado ser efectivas para el mantenimiento y crecimiento de los talleres.

Tabla 6.*Análisis de las horas disponibles.*

Números de técnicos	4	4	4	4
horas de trabajo al día	8	8	8	8
días trabajados al mes	22	22	22	22
horas disponibles teorico	704	704	704	704
horas disponibles reales	563,2	563,2	563,2	563,2

fuentes. Autoría propia

el análisis de las horas disponibles versus las horas vendidas permite evidenciar el cargo operativo, esto ayuda a los propietarios de taller a tomar decisiones acertadas sobre si el personal que tiene actualmente es suficiente o por lo contrario se está con un exceso de personal, talleres que no llevan este tipo de control puede verse con un exceso de personal por lo que su productividad disminuiría significativamente. Aunque las horas disponibles teóricas nos da como resultado 704, esto no es la realidad ya que no existe una productividad del 100% con relación a las horas productivas de un técnico, se estima que la productividad de un técnico ronda los el 80% por lo que las horas reales disponibles son 563.

Tabla 7.*Gastos fijos*

Cuenta	Tipo	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total
Gasto	Fijo	servicio de internet	1	\$35,0	\$35,00
	Fijo	Arriendo	1	\$0	\$0,00
	Fijo	servicio eléctrico	1	\$150	\$150,00
	Fijo	agua	1	\$15,0	\$15,00
	Fijo	telefonía fija	1	\$12,50	\$12,50
	Fijo	plan telefono móvil	1	\$20	\$20,00
	Fijo	Publicidad en redes sociales	1	\$0	\$0,00
Total gasto					\$233

Fuente. Autoría propia

Tabla 8.

Costos de mano de obra

Salarios				
	Sep.	Oct	Nov	Dic
técnico 1	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00
técnico 2	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
técnico 3	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00
técnico 4 (propietario)	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
TOTAL MENSUAL	\$ 2.380,00	\$ 2.380,00	\$ 2.380,00	\$ 2.380,00

Fuente. Autoría propia

El tener un registro de los gastos fijos como servicios básicos, arriendo, publicidad y sueldos a técnicos permite encontrar un punto de equilibrio, el no tener estos datos puede a pensar erróneamente que hay ganancias solo por ver ingresos, dificultad al fijar precios por los servicios, dificultad para realizar inversiones y toma de malas decisiones financieras basados en información erróneas.

El módulo costos mano de obra evidencia que los cuatro técnicos generan un costo hora promedio de USD 4,20, con valores entre USD 2,67 y USD 5,68 dependiendo del salario, este cálculo permite identificar la rentabilidad real por servicio, información que en la práctica no era considerada debido a la falta de registros estructurados, relacionado con lo señalado en la tesis, el desconocimiento de estos costos ocasiona precios empíricos y falta de planificación operativa.

Propuesta de mejora

Esta propuesta de mejora se centra en la implementación del Tablero de Control Unificado en Excel como herramienta principal para fortalecer la gestión financiera del taller. Su aplicación permite organizar y analizar información clave sobre costos de mano de obra, ingresos y egresos, así como calcular indicadores financieros de manera sistemática. De esta forma, el uso de herramientas digitales accesibles se convierte en un apoyo esencial para optimizar la administración, reducir la informalidad en los registros y facilitar decisiones estratégicas basadas en datos confiables.

Módulo de Costos de Mano de Obra

El Módulo de Costos de Mano de Obra permite calcular el costo real por hora de cada técnico considerando salario y beneficios de ley, lo que posibilita establecer precios de servicios adecuados, asignar tareas de manera eficiente y ajustar la contratación, este módulo asegura que la mano de obra se utilice de manera óptima y que los servicios se valoren correctamente, evitando pérdidas y fomentando la eficiencia operativa

Tabla 9.

Módulo de Costos de Mano de Obra

ANÁLISIS COSTO MANO DE OBRA									
N.	Nombre	Cargo	Horas de trabajo al día	Días trabajados al mes	Horas disponibles (teórico)	Horas disponibles reales	Salario mensual	Costo diario del técnico	Costo hora del técnico
1	Iuis	técnico	8	22	176	140,8	\$ 1.000,00	\$ 45,45	\$ 5,68
2	Jonathan	técnico	8	22	176	140,8	\$ 750,00	\$ 34,09	\$ 4,26
3	Andrik	técnico	8	22	176	140,8	\$ 470,00	\$ 21,36	\$ 2,67
4	Edison	técnico	8	22	176	140,8	\$ 470,00	\$ 21,36	\$ 2,67
5					SIN DATOS	SIN DATOS			
6					SIN DATOS	SIN DATOS			
7					SIN DATOS	SIN DATOS			
8					SIN DATOS	SIN DATOS			
9					SIN DATOS	SIN DATOS			
10					SIN DATOS	SIN DATOS			

ESTABLECER COSTO MANO DE OBRA		
Total gastos		\$3.077,50
Porcentaje de ganancia deseado	50%	
Utilidad neta a obtener	\$1.538,75	
Utilidad bruta objetivo	\$4.616,25	
Numero de técnicos	4	
Días laborales	22	
Horas la laborables al día	8	
Eficiencia del técnico	80%	
Horas productivas reales	6,4	
costo de mano de obra	\$8	

CÁLCULO BENEFICIOS DE LEY		
	Sueldo	\$470
Aporte patronal	11,15%	\$52,4
Décimo tercero	8,33%	\$39,2
Décimo cuarto		\$470
Fondos de reserva	8,33%	\$39,2
Vacaciones	23%	\$19,6
TOTAL	40,31%	\$189,5
Total a pagar mensualmente		\$659,46

Fuente. Autoría propia

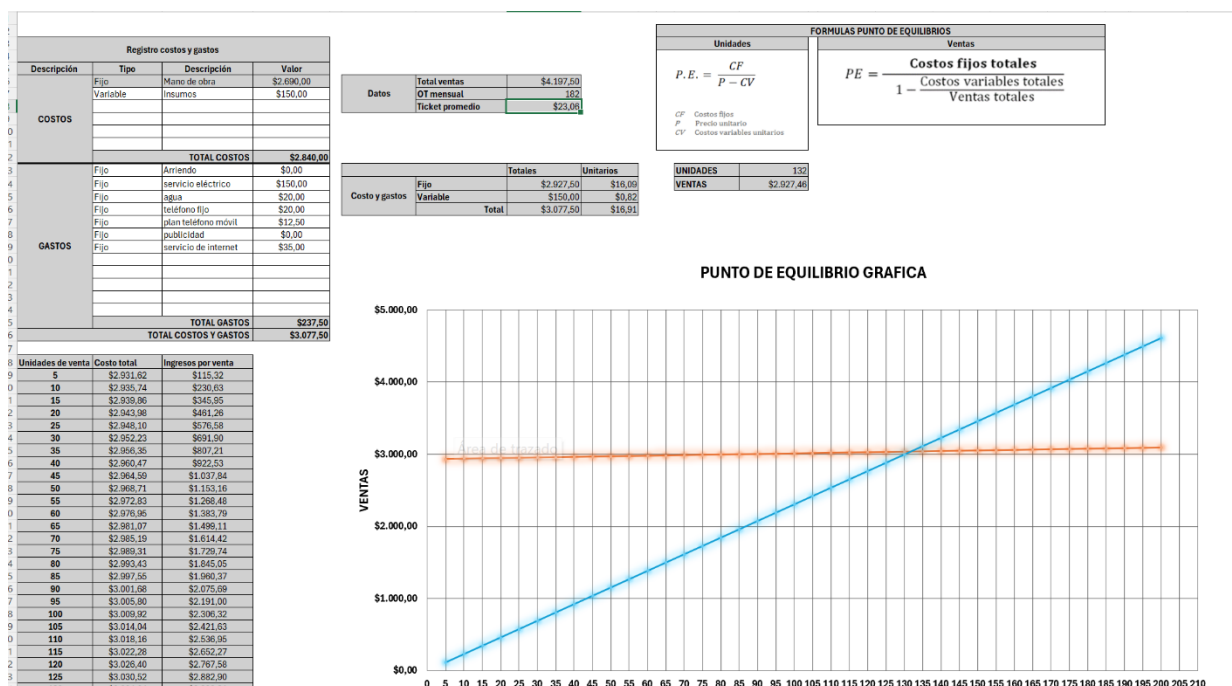
Módulo de Estado de Resultados (PyG)

El Módulo de Estado de Resultados (PyG) consolida costos fijos, variables, ventas y utilidad neta, brindando herramientas para calcular el punto de equilibrio, planificar metas de ventas y monitorear la rentabilidad, su uso permite que las decisiones estratégicas estén alineadas con la situación económica real del taller, asegurando la sostenibilidad financiera y una correcta planificación de objetivos a corto y mediano plazo.

El segundo componente del tablero integra los costos fijos, variables, ventas y utilidad neta del taller, los datos actuales muestran ingresos mensuales aproximados de USD 4.197,5 y una utilidad neta de USD 1.568, lo que representa un 37,3% de margen neto, mediante este módulo es posible calcular el punto de equilibrio, estimado en USD 2.690, lo cual indica el nivel mínimo de ventas requerido para cubrir los costos fijos.

Tabla 10.

Módulo de Estado de Resultados (PyG)



Fuente. Autoría propia

Módulo de Control de Ingresos

El Módulo de Control de Ingresos registra semanalmente órdenes de trabajo e ingresos, detectando variaciones en la demanda y permitiendo implementar acciones correctivas rápidas, como promociones o paquetes de mantenimiento, para estabilizar el flujo de clientes. Esto proporciona mayor control sobre los ingresos, facilita la identificación de tendencias y apoya la toma de decisiones oportunas para mantener un flujo constante de trabajo.

Tabla 11.
Módulo de Control de Ingresos

Fuente. Autoría propia

- Planear: Establecer metas mensuales de OT, ingresos y productividad por técnico con base en el tablero.
- Hacer: Aplicar estrategias de captación de clientes (redes sociales, Google Maps), control de inventario y fijación de precios con base en costos reales.

- Verificar: Revisar semanalmente los indicadores del tablero (productividad, ticket promedio, margen de utilidad, punto de equilibrio).
- Actuar: Ajustar estrategias de precios, campañas de marketing y asignación de recursos según los resultados obtenidos.

La implementación bajo la metodología PHVA garantiza un ciclo continuo de planificación, ejecución, verificación y ajuste, optimizando la mano de obra, mejorando la fijación de precios, aumentando el control de ingresos y gastos, y fortaleciendo la capacidad de respuesta ante cambios en la demanda.

Beneficios esperados

- Optimización del uso de la mano de obra al medir productividad por horas reales.
- Mejor fijación de precios, alineada a costos técnicos y financieros.
- Mayor control de ingresos y gastos mediante indicadores claros y medibles.
- Capacidad de tomar decisiones rápidas frente a variaciones en la demanda.

Socialización e implementación del tablero en Excel

La socialización del Tablero de Control Unificado en Excel se realizó con el propietario y el equipo del taller “El Arranque”, mediante reuniones explicativas en las que se presentó la estructura y funcionalidad de la herramienta, se capacitó al personal en el registro de datos de costos de mano de obra, control de ingresos semanales y análisis de resultados financieros, destacando la importancia de contar con información organizada y confiable, la implementación permitió que el tablero se convierta en un instrumento práctico de uso cotidiano, facilitando la planificación, el control de gastos y la toma de decisiones estratégicas basadas en indicadores claros, de esta manera, la herramienta digital fortaleció la gestión administrativa y contribuyó a una mayor transparencia en los procesos financieros del taller.

Figura 3.

Socialización e implementación del tablero en Excel



Resultados esperados tras la implementación del Tablero en Excel

La integración del Tablero de Control Unificado en Excel en la gestión del taller permite obtener resultados visibles en un periodo relativamente corto, debido a que no requiere inversiones significativas en software especializado ni capacitación compleja, en un plazo de tres meses, se pueden esperar mejoras concretas en tres aspectos fundamentales:

Control financiero más preciso: Al contar con registros claros de costos de mano de obra, ingresos semanales y utilidad neta, el taller puede identificar fugas de dinero, reducir gastos innecesarios y establecer precios de servicios basados en costos reales. Esto se traduce en una mejora de la rentabilidad.

Orden en la gestión administrativa: El procesamiento de datos de datos mediante Excel elimina la dependencia de registros manuales, lo que disminuye errores y facilita el seguimiento histórico de operaciones, en un plazo de tres meses, se espera contar con reportes comparativos mensuales que permitan evaluar tendencias de ingresos, gastos y carga laboral.

Toma de decisiones estratégicas: El tablero proporciona indicadores clave como margen de utilidad, punto de equilibrio y ticket promedio por servicio, con esta información, el propietario puede planificar campañas de captación de clientes, controlar la carga laboral de los técnicos y evaluar la conveniencia de inversiones futuras, a mediano plazo, esto impactará en un incremento estimado de las órdenes de trabajo mensuales.

En resumen, la implementación del Excel no solo representa un cambio en la forma de registrar datos, sino una herramienta estratégica que fortalece la gestión del taller mejora la transparencia financiera y sienta las bases para una administración más profesional y sostenible en el tiempo.

CONCLUSIONES

La investigación realizada revela que los talleres automotrices ubicados en Guayllabamba enfrentan importantes limitaciones organizacionales en su gestión financiera, debido principalmente al desconocimiento de técnicas financieras básicas y al escaso uso de herramientas digitales. De acuerdo con los resultados de la encuesta aplicada, el 100% de los talleres analizados no utiliza software contable y gestiona sus ingresos y egresos de manera manual o empírica. Esta situación reduce su capacidad para tomar decisiones acertadas basadas en datos, lo que impacta negativamente en su crecimiento sostenible y en su competitividad frente a talleres tecnológicamente más avanzados.

Control de ingresos y mejora continua: El registro semanal de órdenes de trabajo mostró un promedio de 45 OT semanales, con un ticket promedio entre USD 22 y USD 27, revelando fluctuaciones en la demanda y una disminución del 10,7% en los últimos meses analizados. Este hallazgo ratifica lo expuesto en la investigación sobre la falta de planificación operativa en los talleres rurales. La implementación del tablero bajo la metodología PHVA ofrece una solución práctica para monitorear tendencias, detectar variaciones en la productividad y tomar decisiones correctivas oportunas, lo que fortalece la capacidad de mejora continua del taller.

Implementación de herramientas digitales: La implementación del Tablero de Control Unificado en Excel, basado en la metodología PHVA, constituye una herramienta estratégica integral para la gestión del taller “El Arranque”, al consolidar información financiera y operativa en un solo sistema. La integración de los módulos de Costos de Mano de Obra, Estado de Resultados y Control de Ingresos permite una visión completa y detallada del desempeño del taller, facilitando la planificación,

seguimiento y ajuste de las operaciones de manera eficiente. Esta estructura no solo optimiza el uso de recursos y mejora la fijación de precios, sino que también fortalece la capacidad de respuesta frente a variaciones en la demanda, asegurando la sostenibilidad y rentabilidad del negocio. En conjunto, el tablero ofrece beneficios concretos como el incremento proyectado de productividad y la mejora de la utilidad neta, evidenciando que el uso de herramientas digitales y el enfoque sistemático del PHVA son claves para tomar decisiones basadas en datos, incrementar la eficiencia operativa y garantizar un crecimiento ordenado y sostenido del taller.

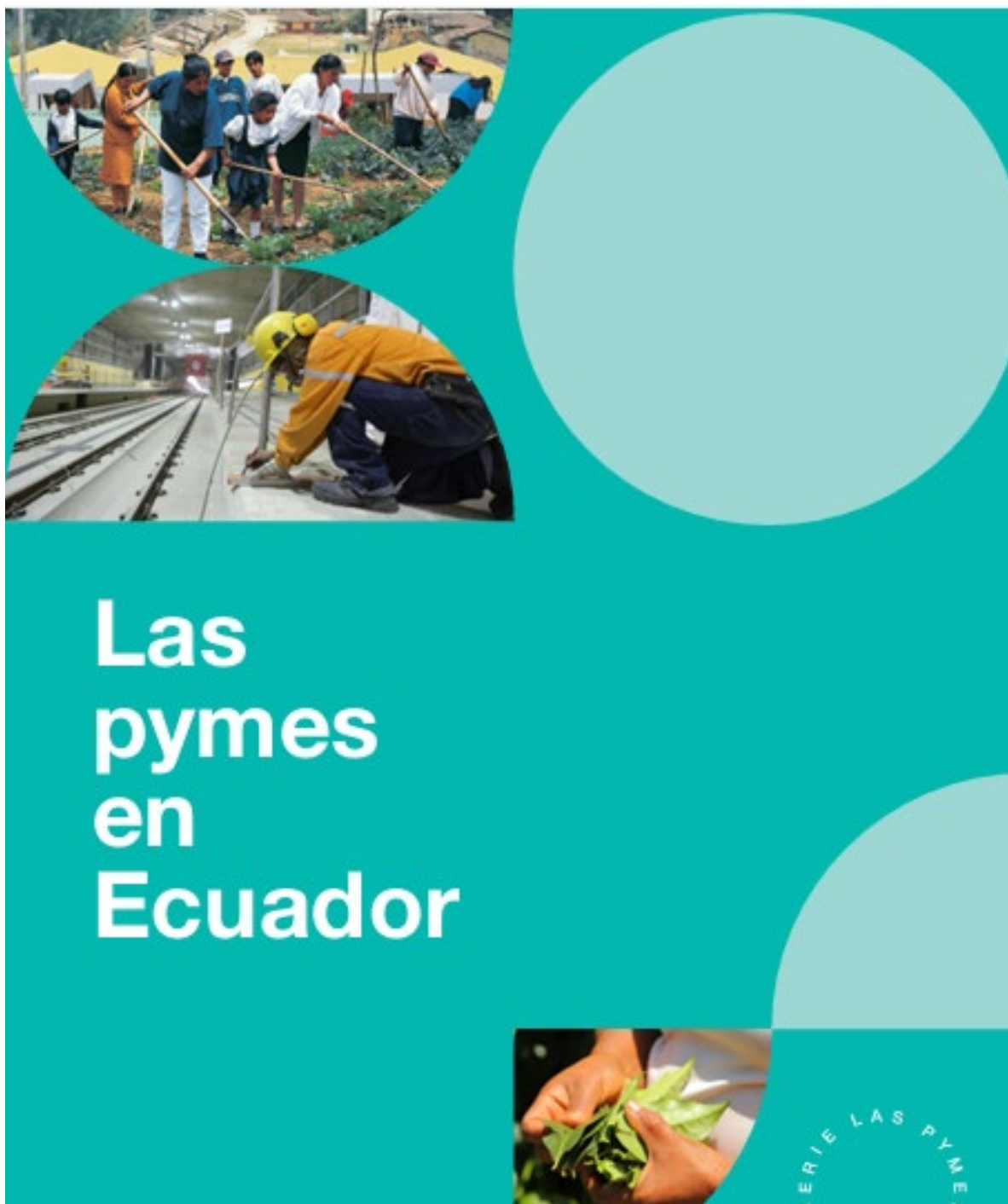
REFERENCIAS

- Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa del Ecuador. (2020). Informe sobre la situación de las MIPYMES en el sector automotriz ecuatoriano.
- CEPAL. (2010). Las micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina. <https://www.cepal.org>
- Chaffey, D., & White, G. (2010). Business Information Management: Improving Performance Using Information Systems. Pearson.
- Cuervo-Cazurra, A. (2016). Microempresas y desarrollo económico local. Revista de Desarrollo Regional.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2012). Principios de administración financiera. Pearson Educación.
- González, C. (2021). Transformación digital en microempresas automotrices: Caso Ecuador. Revista de Innovación y Tecnología.
- Horngren, C. T., Sundem, G. L., & Stratton, W. O. (2006). Contabilidad administrativa. Pearson Educación.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2016). Sistemas de información gerencial. Pearson Educación.
- Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. Free Press.
- Sanhueza, R., & Palma, G. (2018). Gestión de talleres automotrices: Una mirada integral. Ediciones Universidad Técnica Federico Santa María.
- Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa del Ecuador. (2020). Informe sobre la situación de las MIPYMES en el sector automotriz ecuatoriano.
- Chaffey, D., & White, G. (2010). Business Information Management: Improving Performance Using Information Systems. Pearson.

- Chiavenato, I. (2017). Introducción a la teoría general de la administración (8.^a ed.). McGraw-Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2021). Metodología de la investigación (7.^a ed.). McGraw-Hill.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2022). Censo de Población y Vivienda: Guayllabamba. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- López, R. (2021). Metodología de la investigación con enfoque territorial. Ediciones de la Universidad Central.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). Administración (14.^a ed.). Pearson Educación.
- Romero, R., & Díaz, J. (2020). Uso de herramientas digitales para la gestión de microempresas. Ediciones ITCA.
- Salas, A. M. (2019). Gestión empresarial para talleres automotrices. Editorial Técnica Automotriz.
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2014). Diseño de instrumentos para la recolección de datos. McGraw-Hill.
- Sánchez, L., & Gutiérrez, P. (2021). Aplicaciones informáticas de gestión empresarial. Alfaomega Grupo Editor.

ANEXOS

Anexo 1: Documento de apoyo



Serie *Las pymes en América Latina y el Caribe*

© CAF 2023

Desarrollada por la Vicepresidencia del Sector Privado de
CAF -banco de desarrollo de América Latina y el Caribe-.
Jorge Arbache, Vicepresidente
Jairo Tiusabá y Rebeca Vidal, Coordinadores
Camille Endo y Álvaro Zapata, Investigadores
Con el apoyo técnico de Sergio Avilés, Diego Barril, Diana Buitrago,
Guillermo Cabral, Guillermo Díaz, Sergio Guerra y Horacio Valencia.

Gestión Editorial: Dirección de Comunicación Estratégica de CAF

Diseño gráfico: CLEIMAN LLC (<https://cleiman.com>)

Adaptación gráfica: Claudia Parra Gabaldón (<https://cayaparra.com/>)

Fotografías: banco de imágenes CAF

Obra digital sin impresión, disponible en la biblioteca virtual de CAF scioteca.caf.com con acceso abierto
bajo la licencia Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC-BY-NC-ND 4.0)

Las ideas y opiniones expresadas en esta obra son las de los autores y no reflejan necesariamente
el punto de vista de CAF ni comprometen a la organización.

Los términos empleados y la presentación de los datos que en ella aparecen no implican toma
alguna de posición de parte de CAF en cuanto al estatuto jurídico de los países, territorios, ciudades
o regiones ni respecto de sus autoridades, fronteras o límites.

Nota técnica:

Este documento pertenece a la serie *Las pymes en América Latina y el Caribe*, desarrollada por la
Vicepresidencia del Sector Privado de CAF -banco de desarrollo de América Latina y el Caribe-.
Esta colección busca ofrecer una mirada a la situación del segmento específico de pequeñas y medianas
empresas en los países de la región, así como a los programas de apoyo y principales desafíos que
enfrentan. Cada país cuenta con parámetros propios para la definición de los segmentos de escala
empresarial, por lo que en cada documento podremos encontrar referencias a los siguientes términos,
en correspondencia con las definiciones oficiales:

mypes (micro y pequeñas empresas).

mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas).



Contenido



Presentación	4
Resumen ejecutivo	5
Introducción	6
Capítulo 1. Antecedentes	8
1.1. Situación económica de Ecuador	9
1.2. Tejido empresarial: clasificación, composición y características	13
Capítulo 2. Situación de las pymes en Ecuador	20
2.1. Características de las pymes	22
2.2. Retos y dificultades a las que se enfrentan las empresas	25
2.3. Comercio exterior	35
Capítulo 3. Programas de apoyo en Ecuador enfocados en pymes	38
3.1. Programas de apoyo financiero	39
3.2. Programas de apoyo no financiero	43
Conclusiones y recomendaciones	46
Bibliografía	48



Capítulo 1. Antecedentes

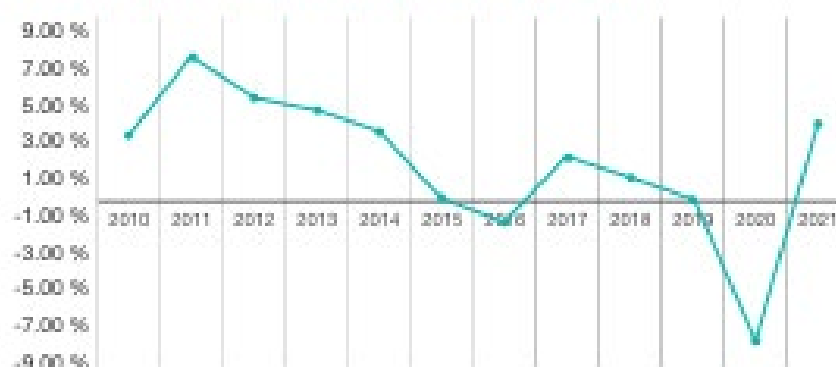
En el presente capítulo se busca explicar la situación actual de la economía ecuatoriana para identificar las medidas y políticas implementadas por el gobierno en los últimos años. Asimismo, se describe la clasificación empresarial y se presenta la participación de las pequeñas y medianas empresas en la economía. Conocer el rol que mantienen las pymes nos brinda una idea de su importancia y potencial si se desarrollan en un entorno adecuado y acceden a diferentes herramientas.



1.1. Situación económica de Ecuador

El crecimiento de la economía ecuatoriana mantuvo una tendencia hacia la baja desde 2011 hasta 2016. En 2017, tuvo una recuperación alcanzando un crecimiento de 3 % producto del aumento del consumo privado, el gasto del Estado y las exportaciones (BCE, 2018). Lamentablemente, desde 2018, el PBI ha mostrado una tendencia hacia la baja nuevamente. En 2019, el PBI no mostró variaciones, al presentar un crecimiento de 0 %, en parte afectado por la crisis del petróleo y, en 2020, este se contrajo 7.8 % debido a las restricciones por el COVID-19. La contracción observada fue producto de la reducción de la demanda externa, lo que generó una caída en las exportaciones de bienes y servicios (CEPAL, 2021). En el 2021 el PBI se recuperó a una tasa de 4.2 %.

Gráfico 1: Variación del PBI de Ecuador (2010-2021)



Fuente: Banco Mundial (2021). Elaboración propia.



1.2. Tejido empresarial: clasificación, composición y características

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) define a la micro, pequeña y mediana empresa como toda persona natural o jurídica que ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, que tiene que cumplir con un número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, de acuerdo con la categoría correspondiente. El COPCI indica que, en caso de inconformidad, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores. De esa manera, el Plan de Desarrollo Empresarial de las mipymes presenta la siguiente clasificación:

Tabla 1: Clasificación según el Plan de desarrollo empresarial de las mipymes

Categoría	Número de trabajadores	Ingresos anuales (En dólares americanos)
Microempresa	Entre 1 - 9	Hasta 300 000
Pequeña empresa	Entre 10 - 49	Entre 300 001 y 1 000 000
Mediana empresa	Entre 50 - 199	Entre 1 000 001 y 5 000 000
Empresa grande	Desde 200	Más de 5 000 001

Fuente: Reglamento a la Estructura de Desarrollo Productivo de Inversión (2017)

En algunos casos, las instituciones presentan una división de la mediana empresa en tipo A y B, con lo que se busca separar a las empresas de acuerdo con su nivel de crecimiento para conseguir establecerse en el mercado como empresas de tipo grande.



En cuanto al número de empresas, entre 2012 y 2020, no hubo una variación significativa. En 2013, se vio un aumento de 10.82 %, respecto al año previo, pero desde entonces la variación interanual no ha vuelto a tener un rendimiento similar. En 2017, se vio un crecimiento de 4.42 %, pero al año siguiente el crecimiento fue solo de 0.26 %. En 2020, se calculó un total de 846 265 empresas con una variación de -4.55 %, respecto al 2019 (INEC, 2021), este último valor justificado por las restricciones implementadas por el gobierno sobre las actividades económicas producto de la pandemia por COVID-19.

Gráfico 3: Evolución del número de empresas (2012-2020)

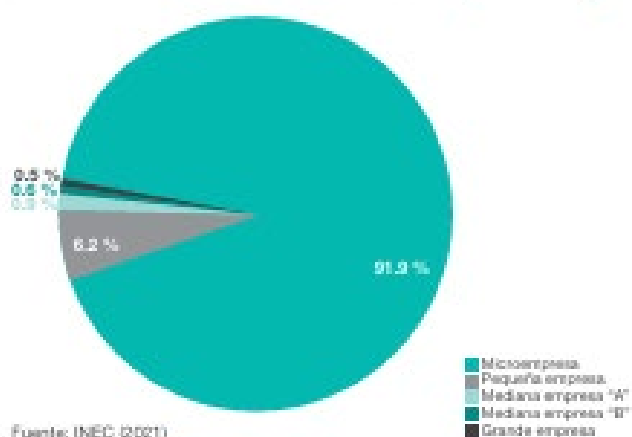


Fuente: INEC (2021)

Según el informe presentado por el Directorio de Empresas y Establecimientos (2021), las empresas activas en 2020 representaron un total de 846 265. La clasificación empresarial por tamaño indica que las microempresas representan el 91.9 %, las pequeñas empresas el 6.2 %, medianas empresas tipo A el 0.9 %, las medianas empresas tipo B el 0.6 % y las grandes empresas representan el 0.5 %.



Gráfico 4: Distribución del número de empresas según tamaño



Por otro lado, en el mismo año, el sector con mayor número de empresas activas es el de servicios con 44.4 %, seguido del sector comercio con 34.3 %. También, se tiene el sector de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca que representa 9.5 %. El sector industrial y construcción ocupan el 8.3 % y 3.2 %, respectivamente. El sector con menor nivel de participación es el de explotación de minas y canteras, con una concentración empresarial de solo 0.2 %.





Tabla 2: Participación en el ranking empresarial, según tamaño de empresa

	2019	2020	Var %
Microempresa	61.8 %	64.70 %	2.90 %
Pequeña	25.70 %	24.20 %	-1.50 %
Mediana	6.60 %	7.90 %	-1.00 %
Pyme	34.50 %	32.00 %	-2.50 %
Grande	3.70 %	3.30 %	-0.40 %

Fuente: SUPERCIAS (2021)

En 2019, el 61.8 % de las empresas fueron microempresas, 34.5 % eran pymes y solo 3.7 % grandes empresas. Para 2020, se mostró variación en la composición de las clasificaciones, las microempresas representaban el 64.7 % del ranking, mientras que las pymes y las grandes empresas el 32 % y 3.3 %, respectivamente. Con la pandemia, las microempresas aumentaron como fenómeno de sustitución al desempleo.

La economía ecuatoriana estaba pasando por un proceso de desaceleración, al igual que varios países de la región, identificar las principales políticas implementadas brindan una idea del rumbo que el gobierno desea tomar. Las empresas no habían mostrado una evolución significativa ni en la cantidad de unidades ni en las ventas anuales. Identificar la situación de las pymes en aspectos relevantes como la informalidad, el acceso al crédito y la productividad permitirá comprender con mayor claridad el proceso por el que están pasando estas empresas hace unos años.



Capítulo 2. Situación de las pymes en Ecuador

Las pequeñas y medianas empresas tienen que lidiar con problemas internos y, paralelamente, enfrentarse a un entorno externo lleno de incertidumbre y dificultades. Mientras las pymes se desarrollen en un ambiente empresarial saludable e inclusivo, estas podrán tener un mejor rendimiento y aportarán en mayor medida a la economía nacional.

En los últimos 8 años, las pequeñas y medianas empresas no han tenido un crecimiento sostenido, porque se han presentado variaciones año a año respecto a la cantidad de unidades económicas. Entre 2012 y 2014, se crearon 7023 pymes, alcanzando un total de 7023 unidades económicas. En los siguientes 2 años se vio una variación negativa, en 2015 las pymes disminuyeron en 1.33 % y en 2016 se vio una variación de -5.29 %, de manera que se perdieron 4962 empresas. En 2017 y 2018, se evidenció una ligera recuperación, pero no duró mucho tiempo ya que en 2019 se observó nuevamente un decrecimiento de 1.73 %. Con la pandemia, en 2020 las pymes disminuyeron en 17.67 %, llegando a un total de 59 644, valor muy por debajo de lo observado hace 8 años.

Gráfico 9: Evolución de las pymes (2012-2020)





Introducción	7
I. Tecnologías digitales y proceso de digitalización	9
A. De los correos electrónicos a la Industria 4.0: la revolución de las tecnologías digitales avanzadas	9
B. Por qué digitalizar una empresa	12
II. Penetración de las tecnologías digitales en América Latina	15
A. Penetración de tecnologías maduras	15
B. El salto del comercio electrónico debido a la pandemia	20
C. El uso de tecnologías avanzadas en empresas es un fenómeno reciente	25
1. Brasil	25
2. Chile	27
3. Ecuador	28
4. México	29
III. Distinciones conceptuales para entender la digitalización	31
A. Sector, empresa, tecnología y entorno determinan distintos senderos de digitalización posibles	31
B. Los factores que inciden en la adopción de TDAF en las pymes manufactureras de América Latina: Los casos de Argentina, Brasil y Chile	36
IV. Implicancias para el diseño de políticas	43
A. Mapa de políticas de apoyo a la incorporación de tecnologías digitales en las mipymes en América Latina	44
V. Conclusiones y recomendaciones	51
A. Se requiere de una aproximación sistémica y políticas coordinadas	51
B. Tomar en consideración la heterogeneidad de las empresas	53
C. Establecer un marco general de acción y definir prioridades	53
D. Se requieren políticas flexibles, experimentación y capacidades de anticipación	54
E. Necesidad de bajar desde las estrategias y objetivos a acciones, instrumentos y programas de apoyo específicos	55
F. Se deben generar los mecanismos para recolectar información útil y actualizada para los sistemas de diseño, monitoreo y evaluación de políticas	55
G. No obsesionarse con la digitalización	56
Bibliografía	57

La aspiración de este documento es convertirse en una guía para los formuladores de política que deseen fomentar y apoyar la digitalización de las empresas, en particular de las micro, pequeñas y medianas.

Por digitalización de las empresas se entenderá un proceso de transformación de su organización, proceso productivo, estrategia competitiva y modelo de negocio vinculado a la adopción de tecnologías digitales.

Se ha preferido utilizar el concepto de tecnologías digitales por sobre el de tecnologías de la información y comunicaciones para considerar tanto a las tecnologías digitales maduras (por ejemplo, la Internet, correo electrónico, telefonía celular, etc.) como a las más avanzadas o emergentes (por ejemplo, Inteligencia artificial, cadena de bloques, analítica de grandes datos, etc.).

El concepto de tecnologías de información y comunicaciones, al igual que el de tecnologías digitales, es un concepto amplio y dinámico, cuyos límites y énfasis han ido variando en el tiempo. Lo que en su momento fueron las "nuevas tecnologías de información y comunicaciones", con su centro en Internet y aplicaciones "básicas" en la comunicación y conectividad entre empresas y personas (página web, correo electrónico, comercio electrónico, gobierno electrónico, etc.), fueron incorporando más recientemente a los dispositivos móviles y a las redes sociales. Todas estas, y principalmente las primeras, ya están en una etapa de madurez tecnológica.

Hoy el foco está en las tecnologías digitales emergentes y asociadas a conceptos tales como Cuarta Revolución Industrial, Industria 4.0, Manufactura Avanzada, Transformación Digital, etc., entre las que se cuentan a la analítica de grandes datos, la inteligencia artificial, Internet de las cosas, y la robótica avanzada, por nombrar algunas. En este texto los conceptos de tecnologías digitales emergentes y nuevas tecnologías digitales se usarán como sinónimos.

Este documento está dividido en cuatro partes. En la primera se describen las tecnologías digitales diferenciando entre tecnologías maduras, avanzadas y de frontera. En este contexto se introduce el concepto de Industria 4.0 y se propone una clasificación según el grado de madurez de las tecnologías.

La segunda parte se analiza la problemática de la penetración de las tecnologías digitales en las empresas, con especial atención por las mipymes de América Latina. La reflexión se desarrolla en un plan más bien conceptual, para evidenciar los aspectos críticos de este proceso.

En la sección siguiente, se presenta el panorama de la región en cuanto a penetración de tecnologías digitales. Con respecto a las tecnologías digitales tradicionales o maduras, el mapa de información es algo más completo, pero la información es heterogénea entre países, tanto en el nivel de actualización de los datos, como en la cantidad de información que se recolecta. Con respecto a las tecnologías más avanzada los datos son mucho más fragmentarios, pero la información disponible es útil para formarse una idea preliminar de los procesos en curso.

En la cuarta parte se sintetiza la información disponible sobre las políticas de apoyo adoptadas por los países de la región para impulsar la adopción de tecnologías digitales en las mipymes y se proponen algunos criterios que debieran ser considerado en el diseño y evaluación de políticas, programas e instrumentos que apunten a ese propósito. La aspiración es poder elaborar un *checklist* que sirva al formulador de políticas tanto en su diseño inicial de políticas, programas e instrumentos como en su posterior evaluación.

En este capítulo, tras una sintética descripción de las tecnologías digitales que ilustra la diversidad de instrumentos disponibles se propone una clasificación de los modos de uso de dichas tecnologías que es funcional al trabajo analítico que se aplicará más adelante. En la segunda parte, se ilustran los potenciales beneficios asociados con la penetración de las tecnologías digitales en las empresas haciendo referencia a la literatura disponible sobre el tema.

A. De los correos electrónicos a la Industria 4.0: la revolución de las tecnologías digitales avanzadas

El concepto de tecnologías digitales alude a un conjunto amplio y heterogéneo de modalidades de uso de estas tecnologías. El nivel básico está asociado a tecnologías más bien maduras, cuyo uso no determina necesariamente reestructuraciones importantes en las empresas que las adoptan. Al extremo opuesto, el nivel que se denomina “de frontera” corresponde a tecnologías más modernas, cuya incorporación en la estrategia empresarial requiere de ajuste profundos, especialmente en su organización, sistemas productivos y de relacionamiento con clientes y proveedores y modelos de negocio. El nivel avanzado alude a una situación intermedia (véanse el cuadro 1).

Cuadro 1
Modalidades de uso de las herramientas digitales en empresas

Nivel	Tipo de uso	Descripción	Beneficios potenciales para las empresas
Básico	Email	Uso de servicios de correo electrónico para comunicar con clientes o proveedores	Facilita el intercambio de información.
	Site web	Disponibilidad de un espacio virtual personalizado y propio	Las empresas pueden detallar su oferta, exhibiendo imágenes, videos y audios, así como datos de contacto.
	Interacción con el Estado	Se refiere a la utilización de servicios públicos para los cuales el gobierno establece modalidades de acceso a través de internet	Reduce el costo y el tiempo necesarios para la realización de trámites como la emisión de documentos, la consulta de datos, la postulación a beneficios, etc.
	Banco electrónico	Operaciones bancarias realizadas a través de internet	Reduce el costo y el tiempo necesarios para la realización de operaciones bancarias, tales como consultar saldos, realizar transferencias, pagar facturas, etc.
	Redes sociales	Mecanismos de comunicación para la transmisión de datos (documentos, imágenes, etc.) a terceros	Gracias a las comunidades de usuarios (ej. Facebook o Twitter), estas redes facilitan la difusión de los bienes o servicios generados por la empresa.
	Comercio electrónico	Se refiere a la compra o venta de bienes y servicios a través de internet	La posibilidad de vender online genera cambios en la operativa de las empresas, siendo un vector de innovación en modelos de negocios.
Avanzado	VPM	Es una red privada que opera usando internet como infraestructura	Permite una gestión más eficiente de los recursos digitales (programas y datos).
	Intranet	Red de comunicación interna privada de una empresa, basada en los protocolos de internet, pero solo accesible a los autorizados.	Potencia la comunicación interna y facilita la coordinación entre las distintas áreas de producción y administración empresarial.
	Extranet	Extensión segura de una intranet, permitiendo acceso a externos	Facilita la gestión de relación entre clientes y proveedores a lo largo de la cadena productiva.

Nivel	Tipo de uso	Descripción	Beneficios potenciales para las empresas
Avanzado	Sistemas para gestión empresarial	Ejemplos: sistemas para gestionar vínculo con clientes (Customer Relationship Management, CRM), para gerencia interna (Enterprise Resource Planning, ERP), o Business Process Management, BPM), o para gestión de cadena productiva (Supply Chain Management, SCM).	Suplen la labor de la dirección empresarial, facilitando la toma de decisiones.
	Servicios de almacenamiento	Se refiere a computadores vinculados de forma remota.	Ofrecen servicios remotos tales como el almacenamiento de archivos y correo electrónico.
	Computación en la nube	La computación en la nube es la entrega de servicios computación como servidores, almacenamiento y otros, mediante Internet. Los proveedores de nube ofrecen servicios basados en el uso. Los servicios incluyen infraestructura como servicio (IaaS), Plataforma como Servicio (PaaS), Software como servicio (SaaS) o almacenamiento, bases de datos, etc.	• Ayuda a reducir el costo de la digitalización, suplen la falta de conocimiento, garantizando seguridad y rentabilidad. • Software en modo <i>As-a-Service</i> de instalar, mantener y actualizar. • Los recursos se pueden utilizar y valorar de forma escalable y reducir el riesgo de inversión.
De frontera	Análisis de grandes datos	Análisis de datos caracterizados por un gran volumen, velocidad y variedad de fuentes, como mercado, transacciones, datos recopilados de sensores o contenido de redes sociales.	• Diseño mejorado a través de algoritmos avanzados. • Resulta relevante para tomar decisiones en tiempo real, desarrollar estándares de mayor calidad y acceder a nuevos mercados. • Mejor diseño y ejecución de proyectos de marketing. • Capacidad para prever e identificar tendencias.
	Fabricación aditiva o 3D	Hace referencia a técnicas de producción por adición de material. La impresión 3D, es una tecnología que permite imprimir objetos físicos en tres dimensiones, a partir de modelos digitales, de modo rígido pero limitado.	• Permite producir nuevos componentes y productos finales complejos y durables. • Permite el diseño de prototipos de forma rápida y a menor costo. • Nuevos modelos de negocio.
	Inteligencia artificial (IA)	La IA es la capacidad de las máquinas y los sistemas para adquirir y aplicar conocimientos, incluso mediante una amplia variedad de tareas cognitivas, como la detección, el procesamiento del lenguaje, el reconocimiento de patrones, la toma de decisiones y predicciones.	• Mejoras en el control de calidad. • Automatización de la toma de decisiones. • Mayor eficiencia. • Reducción de errores relacionados con la recopilación y análisis de grandes cantidades de datos.
	Robótica avanzada	Se relaciona a la incorporación de automatización inteligente en equipos de producción, por ejemplo, robots con fuerte autonomía a nivel de toma de decisiones, comunicación y despliegue con otros equipos. Incorpora robots colaborativos, conocidos también como <i>cobots</i> , diseñados con el objeto de interactuar físicamente con humanos (junto a otros robots flexibles y ligeros).	• Automatización de procesos, ya que los robots pueden ejecutar varias tareas repetitivas. • Reducción de costos. • Flexibilidad para ampliar o reducir la capacidad. • Capacidad para trabajar las 24x7. • Disponibilidad de mejor información de gestión.
	Blockchain	Se trata de algoritmos que permiten autenticar y realizar transacciones seguras para una variedad de tipos de activos, a través de una red de ordenadores. La red actualiza periódicamente la base de datos en todos los lugares donde existe, de modo que todas las copias son idénticas.	• Brinda total transparencia, lo que permite a los compradores y vendedores efectuar la transacción de bienes digitales. • Las empresas más pequeñas pueden obtener información confiable a menor costo.
	Internet de las cosas	Implica la comunicación enlazada entre máquinas, personas y productos, permitiendo la toma de decisiones y la ejecución de tareas en relación con la información que la tecnología almacena. Sobre la base de sensores y un entorno de producción conectado, que se combina con el análisis de datos, se establece la comunicación a nivel de maquinaria (<i>machine to machine</i> o M2M) y sistemas inteligentes que en tiempo real recolectan y procesan la información disponible.	• <i>Minor stock</i>: permite ofrecer productos a medida. • En producción: anticipa la sustitución de inventario. • En logística: Permite calcular mejores rutas de entrega y mejora la experiencia del cliente. • Una relación más directa con los clientes. • Mejorar el funcionamiento mismo, la identificación de desperfectos y favorecer la retroalimentación.

Fuente: CEPAL en base a Cárter (2019) y Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2020).

Esta clasificación, como se mencionó anteriormente, es dinámica, es decir se modifica en la medida en que avanza el grado de maduración de las tecnologías. Su utilidad se verifica tanto desde lo analítico, como para el diseño de políticas de fomento, ya que la conducta de los distintos agentes económicos varía significativamente según el nivel de uso que se considera.

Por su impacto potencial en la transformación de los modelos de producción y consumos es útil analizar más en profundidad las tecnologías digitales avanzadas y de frontera (TDAF).

En general, las TDAF ofrecen la capacidad de integrar el diseño, la fabricación y la venta de bienes en menos tiempo, creando series de producción más cortas y rentables mediante el uso de plataformas interconectadas. Del mismo modo, permiten una atención más personalizada al cliente, un mejor servicio postventa y un mayor

valor agregado en servicios y bienes. Estos cambios y su aplicación en las empresas pueden generar ahorro de tiempos e insumos, optimizando la información para la toma de decisiones y la posibilidad de predecir problemas (Motta, Moreno y Ascúa, 2019). En consecuencia, permiten innovar los modelos de negocio y, al mismo tiempo, detonan cambios en la organización de las cadenas de valor, con oportunidades para nuevos entrantes, pero también con retos y presiones competitivas para los incumbentes, quienes deben estar en constante actualización tecnológica para no perder su posición en el mercado. Por otro lado, el ahorro de insumos, el monitoreo de las emisiones, la optimización de los flujos, pueden tener impactos positivos sobre el medio ambiente. Según señala la CEPAL (2021), el conjunto de estos efectos hace pensar que las TDAF podrán contribuir de manera significativa a impulsar las tres dimensiones del desarrollo sostenible, estimulando el crecimiento, la igualdad y la sostenibilidad.

Estas transformaciones han sido tan aceleradas, transversales y profundas que ya es común referirse a ellas con el concepto de cuarta revolución industrial (Schwab, 2016). Un dato emblemático de este fenómeno es que ilustra la evolución de la adopción de distintos dispositivos tecnológicos a nivel global. Al respecto se pronostica que la cantidad de dispositivos de Internet de las cosas (IoT) en todo el mundo casi se triplicará en diez años, pasando de los 8,74 mil millones de 2020 a más de 25,4 mil millones en 2030. Las principales industrias que están adoptando dispositivos de IoT son la electricidad, el gas, el vapor y la climatización, el suministro de agua y gestión de residuos, la venta minorista y mayorista, el transporte y almacenamiento, y el gobierno (Statista, 2021). De esta forma una de las principales características de este fenómeno es que establecen conexiones y comunicaciones no sólo entre personas y entre personas y máquinas, sino también entre máquinas y máquinas.

Otra característica de la TDAF es que las trayectorias tecnológicas no están definidas. Existe un conjunto amplio de tecnologías que forman parte de esta etapa industrial, cada una con posibilidades técnicas en constante evolución, con tendencias que se complementan y extienden su potencial. Por ejemplo, los avances en software y ciencia de datos ayudan a su vez al desarrollo de nuevos productos y materiales, por ejemplo: pantallas táctiles, baterías recargables, diodos orgánicos emisores de luz (LED) más flexibles y livianos, que refuerzan el ciclo tecnológico (WEF, 2017). Asimismo, las diferentes generaciones tecnológicas coexisten y las TDAF no reemplazan, sino que conviven con las tecnologías más maduras. Por otro lado, el grado de sofisticación en el uso de TDAF al parecer depende más de la combinación que del tipo de tecnología.

El otro factor que irrumpe a subvertir hasta los fundamentos esenciales de la dinámica económica tradicional es el uso de los grandes datos. Prácticamente cualquier actividad humana genera inmensas cantidades de datos que las tecnologías actuales son capaces de captar, almacenar y analizar para extraer indicaciones sobre las conductas, intereses, propensiones y, de esta manera, convertirlos en valor económico (Dumbill, 2014). Estos elementos constituyen la esencia de la economía de datos. Las plataformas digitales (por ej. UBER, AIRBNB) que han surgido en las últimas dos décadas imponiéndose sobre incumbentes tradicionales y consolidados en muchos mercados, como el de transporte, alojamiento y finanza, han sido la expresión más emblemática de esta transformación.

Al mismo tiempo, la incorporación de datos en la fabricación de productos y en la provisión de servicios permite generar nuevas fuentes de valor, añadiendo funciones originales a los bienes tradicionales, modificando los modelos de negocios de las empresas y difuminando la distinción entre productos físicos, información y servicios. Este fenómeno que ha tomado el nombre de “servitización” es un proceso de organización de capacidades y estrategia de innovación, cuyo objetivo es ofrecer productos y servicios integrados para añadir valor de uso. Se basa en el uso de los datos de mantenimiento predictivo disponibles para optimizar la producción y crear nuevos

modelos de negocio (Schmidt et al. 2014). Como se ha mencionado previamente, la creación de valor se desplaza de la industria tradicional a los datos y la información. En la fábrica inteligente, el producto se comunica con su entorno, lo que reconfigura los sistemas de fabricación y adapta la producción para obtener rentabilidad (Qiao y otros, 2006; Casalet y Stezano, 2020).

Por último, cabe destacar que la variedad y flexibilidad de las tecnologías digitales pone a disposición de las empresas un abanico muy amplio de soluciones tecnológicas que pueden adaptarse a las distintas necesidades y demandas que estas tienen.

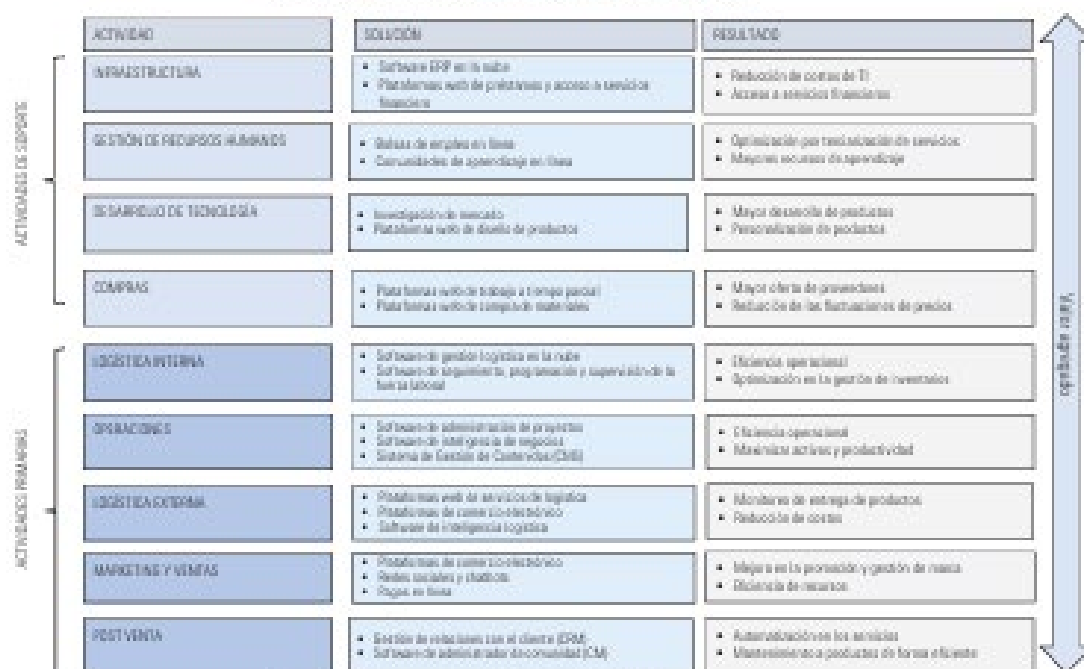
B. Por qué digitalizar una empresa

En términos abstractos las tecnologías digitales pueden generar oportunidades de mejora en todas las áreas de negocio de las empresas¹, véanse el diagrama 1.

El desarrollo de soluciones digitales ha tenido una tendencia exponencial en los últimos años con la reducción de costos y el aumento de su oferta en una infinidad de usos y aplicaciones. No solamente se tratan de tecnologías avanzadas, sino de la combinación de diversas soluciones capaces de insertarse en todas las actividades empresariales.

Diagrama 1

La incidencia de las tecnologías digitales en la cadena de valor



Fuente: elaboración propia a partir de FAO, 2013 y FAO, 2015.

¹ Un capítulo aparte debería dedicarse al impacto sobre el trabajo. El riesgo de que se produzca el desplazamiento de trabajos importantes de trabajadores que no logran adaptarse a las nuevas exigencias tecnológicas configura costos sociales que pueden resultar muy altos y la creación de nuevos puestos de trabajo puede no representar un paliativo eficaz para mitigar las tensiones sociales correspondientes. Véase entre otros, los estudios desarrollados por la Organización Internacional del Trabajo en: https://www.ilo.org/global/publications/books/WCMS_884183/lang-es/index.htm.

De manera esquemática, se pueden reconducir los principales beneficios potenciales a tres ámbitos empresariales: la organización, la tecnología productiva y la capacidad de aprendizaje. A lo primero pueden ser reconducidas las tecnologías que contribuyen a dar: (i) mayor visibilidad; (ii) mejor acceso a la información; (iii) posibilidad de mitigar barreras tradicionales al comercio; (iv) facilitar transacciones financieras; (v) mejoras en los procesos de desempeño, crecimiento y expansión empresarial; (vi) posibilidad de desarrollo de nuevos productos (Jung, 2021; Tarutea y Gatautisa, 2014; Manochehri y otros, 2012; Bar y otros, 2019; Consoli, 2012).

En lo que respecta a la mejora de los procesos productivos, la digitalización permite a las empresas reconfigurar sus recursos para responder más rápidamente a las crisis. Por ejemplo, las tecnologías de la información reducen el coste de la coordinación al interior de las empresas y promueven la asignación flexible de recursos (Kane et al. 2015). Un efecto similar se puede alcanzar en la gestión de las relaciones con proveedores. En este contexto, la reconfiguración de los procesos productivos, los productos y los servicios, reduce en gran medida la dificultad y los costes del cambio de recursos, variaciones de diseños o modelos o ajustes en el tamaño de los lotes productivos (Warner y Maximilian 2018; Guo et al. 2020).

Por último, la digitalización es potencialmente beneficiosa en cuanto amplifica las capacidades dinámicas de las empresas. En primer lugar, la digitalización ayuda a las empresas a percibir los cambios del entorno. La gran ventaja de los recursos digitales en volumen, velocidad, variedad y valor hace posible que las empresas recojan o recuperen información en el entorno externo a un bajo costo. Además, la aplicación de los sistemas de análisis de grandes datos y de inteligencia artificial ayuda a las empresas a filtrar información valiosa a través de la computación de alta velocidad, de modo que puedan percibir y predecir en cierta medida los cambios del entorno (Guo et al. 2020; George et al. 2014; Sambamurthy et al. 2003).

Adicionalmente, otro beneficio vinculado a la formación de capacidades dinámicas se refiere a las posibilidades de reorganización de capacidades y estrategias de innovación para añadir valor a los productos y servicios que brindan las pymes (Casalet y Stezano, 2021; Ulas, 2019). Las tecnologías digitales permiten a las empresas ampliar sus redes de contactos y extender su capacidad de información de manera prácticamente infinita, tanto hacia nuevos ámbitos cognitivos, como hacia áreas de especialización ya consolidadas en la empresa. Para las compañías que ya están integradas en redes colaborativas, las tecnologías digitales permiten intensificar la interacción y plantear experiencias de integración para la gestión de recursos compartidos, como los inventarios de insumos o los servicios especializados, por ejemplo, programas de formación diseñados *ad hoc* para la cadena de proveedores.

Los elementos descritos en los párrafos anteriores configuran incentivos poderosos para digitalizar las empresas y hay estudios sobre la industria 4.0 que comprueban que estos procesos han efectivamente generado impactos importantes (véanse al respecto, en el cuadro 2, un listado de estudios que han abordado este tema). No obstante, en lo que respecta a América Latina y el Caribe, los datos empíricos (sobre los cuales se extiende el capítulo II) indican que el proceso de digitalización ha sido muy dispar. De esto se ocupa la siguiente sección.

PENETRACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES EN AMÉRICA LATINA

II

A continuación, se analiza el grado de adopción de tecnologías digitales en las empresas en doce países de la región, para los cuales están disponibles datos estadísticos provenientes de encuestas oficiales (o de organismos internacionales). De este grupo se seleccionaron los que tenían información reciente (año 2017 o posterior) y desagregada por tamaño.

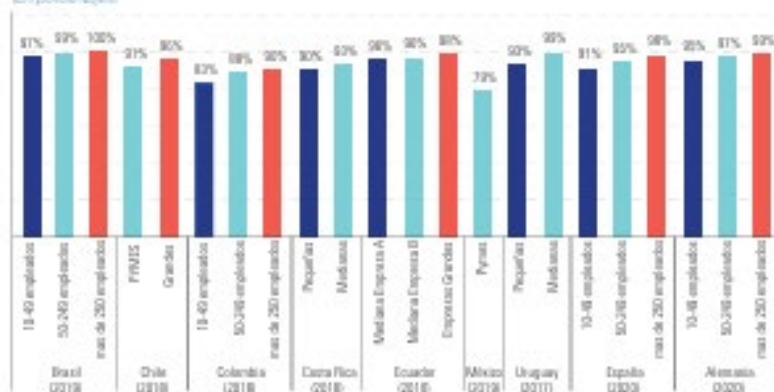
El análisis se basa en la clasificación de tecnología digital propuesta en el capítulo anterior (véanse el cuadro 1). La primera sección revisa la penetración de las tecnologías digitales maduras; la segunda profundiza la difusión del comercio electrónico y la tercera la expansión de las TDAF.

A. Penetración de tecnologías maduras

Los datos disponibles en materia de acceso a Internet de banda ancha fija muestran que una gran parte de las empresas acceden a este servicio, registrando niveles mayores al 90% en prácticamente todos los segmentos relevados (véase el gráfico 1). Las únicas excepciones son México y Colombia, países donde el porcentaje de penetración bordea el 80%. Mas allá de estos casos, el nivel de conectividad de empresas en la región es muy alto independientemente del tamaño (las diferencias son mínimas entre las pymes y las grandes empresas), registrando niveles similares a los alcanzados en países más avanzados, como España y Alemania.

Gráfico 1

Acceso a Internet de banda ancha fija en empresas según tamaño
(En porcentajes)



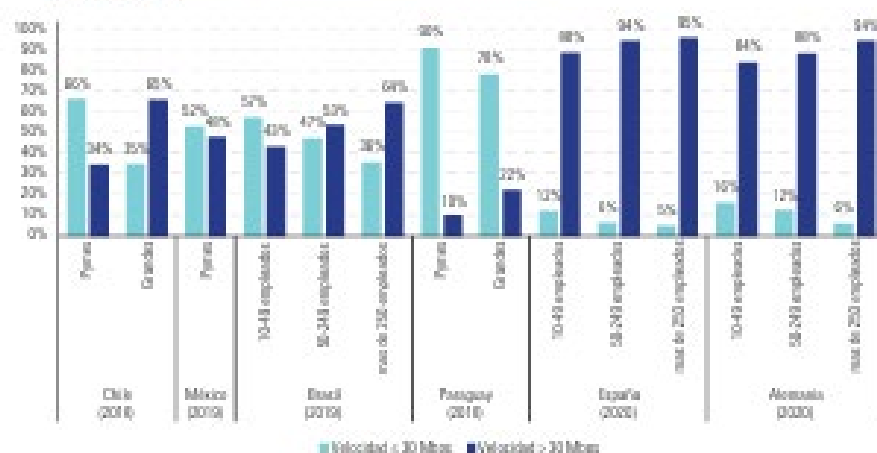
Fuente: Ceticbr; Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de Chile; Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia; Ministerio de Economía Industria y Comercio; Universidad Estatal a Distancia y Universidad de Costa Rica; Instituto Nacional de Estadística y Censos de Ecuador; Instituto Federal de Telecomunicaciones de México; Ministerio de Industria, Energía y Minería de Uruguay; y estadísticas (OECD).

Sin embargo, al analizar la calidad de la conexión, medida a través de los indicadores de velocidad de descarga, se hacen evidentes las brechas, por un lado, entre empresas locales según su tamaño, y, por otro lado, con los países europeos escogidos como referencia (España y Alemania (gráfico 2). En Brasil, el 64 % de las empresas más grandes cuenta con velocidades de acceso por encima de los 30 Mbps, cifra considerablemente superior al caso de las empresas de 10 a 49 empleados (43 %) y de 50 a 249 empleados (53 %). En Chile, la brecha es aún más evidente: el 65 % de las grandes empresas cuenta con niveles de alta velocidad, lo que ocurre en tan sólo el 34 % de las pymes. En el caso de Paraguay, los niveles son considerablemente inferiores a otros países y también se registra una brecha considerable según el tamaño.

La baja velocidad a la que accede un porcentaje tan elevado de pymes de la región constituye un importante obstáculo para su desarrollo, debido a que ciertas aplicaciones y usos como la computación en la nube, el *hosting* remoto, o la impresión 3D requieren de niveles de velocidad más elevados (Hätönen, 2011). Por otra parte, la comparativa con los países europeos muestra que en las economías más avanzadas la inmensa mayoría de las empresas cuenta con acceso de alta velocidad, independientemente del tamaño de la empresa. En definitiva, si bien la mayor parte de las pymes de la región están conectadas, en general se trata de conexiones de baja o media velocidad, a diferencia de lo que ocurre con las empresas más grandes y en las economías avanzadas.

Gráfico 2

Velocidad de acceso a Internet en empresas según tamaño
(En porcentajes)



Fuente: Chile: Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de Chile; Instituto Federal de Telecomunicaciones de México; Secretaría Nacional de TIC de Paraguay; y estadísticas DECD.

Nota: para el caso de México, se asumió una distribución uniforme de conexiones dentro del intervalo de 21 a 56 Mbps de velocidad a efectos de estimar el valor vinculado al umbral de 30 Mbps.

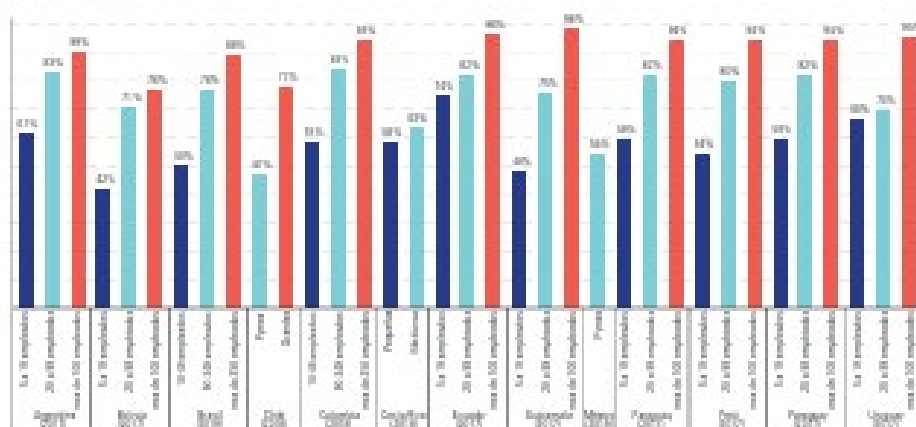
En cuanto el tipo de uso, las herramientas tecnológicas poco sofisticadas como el correo electrónico para interactuar con clientes y proveedores se encuentran ampliamente difundidas en la región. Por lo que concierne a la disponibilidad de sitio web (gráfico 3), existe una clara tendencia que condiciona su uso al tamaño. De acuerdo con los datos disponibles, cuanto más pequeñas las empresas, menor probabilidad de que cuenten con un sitio propio, limitando las posibilidades de proveer información

y difundir sus ofertas a los potenciales clientes. En todos los países analizados se evidencian estas brechas por tamaño, entre empresas pequeñas y medianas, y entre éstas y las más grandes. La única excepción se da en los casos de Costa Rica y de Uruguay (para la comparativa entre empresas pequeñas y medianas) y en Argentina y Bolivia (entre empresas medianas y más grandes), donde los niveles registrados no varían sustancialmente entre esos intervalos de tamaño.

La comparativa con los casos extrarregionales (Corea, España y Alemania, en el gráfico 4) arroja como principal conclusión que las empresas latinoamericanas medianas y grandes registran niveles similares de adopción de sitios web que las de países avanzados. Al contrario, las empresas latinoamericanas más pequeñas registran niveles sensiblemente menores de los que se observa en las otras regiones.

Gráfico 3

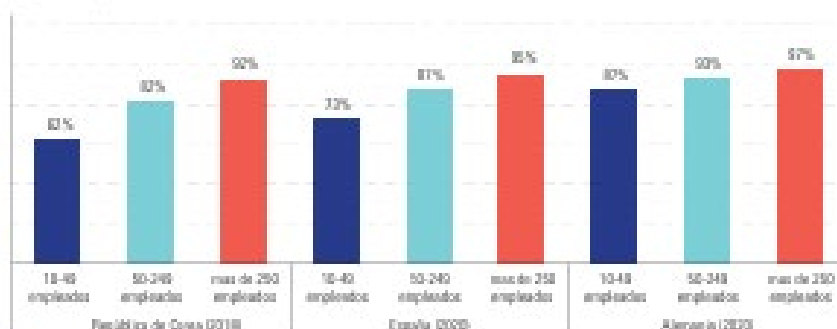
Disponibilidad de sitio web en empresas según tamaño
(En porcentajes)



Fuente: Cetic.br; Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de Chile; Ministerio de Economía Industrial y Comercio, Universidad Estatal a Distancia y Universidad de Costa Rica; Instituto Federal de Telecomunicaciones de México; y World Bank Enterprise Surveys.

Gráfico 4

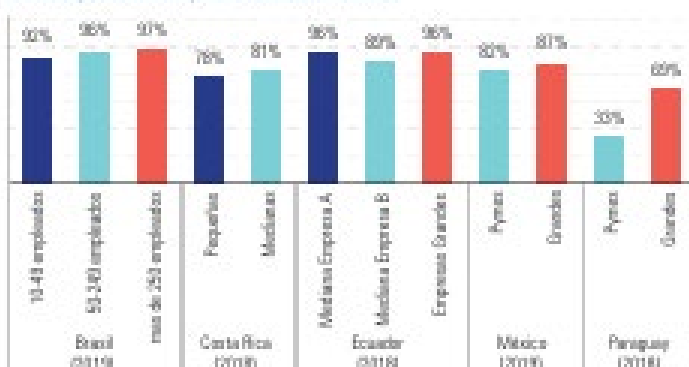
Disponibilidad de sitio web en empresas según tamaño - casos extrarregionales
(En porcentajes)



Fuente: estadísticas OECD.

Gráfico 6

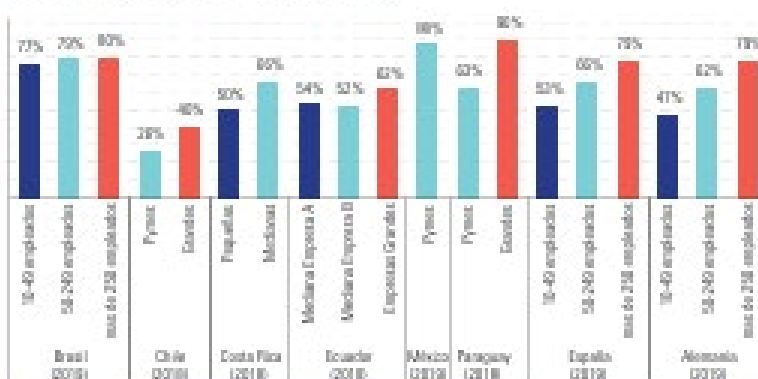
Uso de banca electrónica en empresas según tamaño
(Porcentaje entre las empresas usuarias de internet)



Fuente: Cetic.br; Ministerio de Economía, Industria y Comercio, Universidad Estatal a Distancia y Universidad de Costa Rica; Instituto Nacional de Estadística y Censos de Ecuador; Instituto Federal de Telecomunicaciones de México; y Secretaría Nacional de TIC de Paraguay.

Gráfico 7

Uso de redes sociales en empresas según tamaño
(Porcentaje entre las empresas usuarias de internet)



Fuente: Cetic.br; Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de Chile; Ministerio de Economía, Industria y Comercio, Universidad Estatal a Distancia y Universidad de Costa Rica; Instituto Nacional de Estadística y Censos de Ecuador; Instituto Federal de Telecomunicaciones de México; Secretaría Nacional de TIC de Paraguay; y estadísticas GBCI.

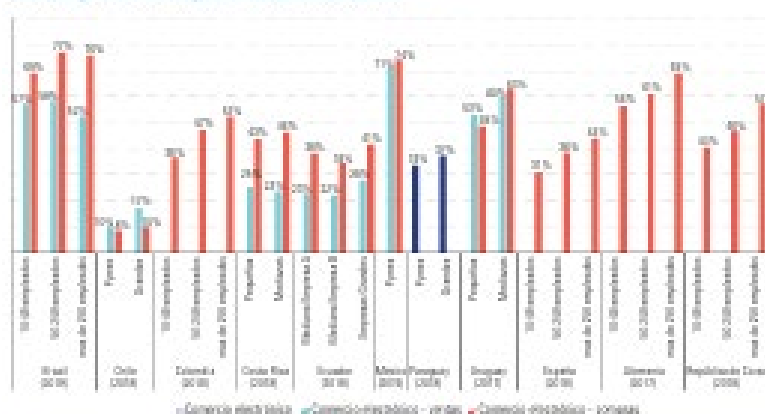
Por lo que concierne el comercio electrónico, existen varias limitantes para su comparación. Si bien en la mayoría de las encuestas analizadas se discrimina entre venta y compras, existen casos con información más limitada, como Paraguay, donde en la encuesta se pregunta genéricamente acerca del uso del comercio electrónico, sin especificar si se refiere a compras o ventas. En otros casos sólo se ofrece información de compras o se tienen definiciones más estrictas de este indicador. De esta forma, un limitante importante para la comparabilidad es la ausencia de una definición homogénea sobre qué se entiende por comercio electrónico. Por tal motivo, el análisis comparativo del gráfico 8 debe ser interpretado con cautela.

Considerando lo indicado, y de acuerdo a los datos disponibles, más allá de las brechas esperadas por tamaño de empresas, se destacan algunas situaciones particulares, como México que muestra niveles elevados de uso de esta herramienta por parte de las

pymes: el 74 % lo utiliza para compras, mientras que el 71 % hace lo propio para vender sus productos o servicios. En Brasil, el uso para compras del comercio electrónico registra niveles similares a los de México en las empresas medianas y grandes. En la venta, al contrario, la diferencia con el país del norte es sensiblemente mayor. Por otra parte, si bien los datos de Chile arrojan niveles bajos de este indicador, cabe destacar que ello se explica en buena medida porque en la encuesta utilizada se cuenta con una definición más estricta sobre comercio electrónico que en otros países. En particular, la encuesta en Chile define por comercio electrónico la venta o compra de bienes o servicios por medio de la web a través de métodos específicamente diseñados para tales efectos, excluyendo a las transacciones acordadas a través de e-mails o mensajería instantánea, que, en cambio, si son consideradas como operaciones de comercio electrónico en otros países.

Gráfico 8

Uso de comercio electrónico en empresas según tamaño
(Porcentaje entre las empresas usuarias de internet)



Fuente: Chile: Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de Chile; Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia; Ministerio de Economía, Industria y Comercio; Universidad Estatal a Distancia y Universidad de Costa Rica; Instituto Nacional de Estadística y Censos de Ecuador; Instituto Federal de Telecomunicaciones de México; Secretaría Nacional de TIC de Paraguay; Ministerio de Industria, Energía y Minería de Uruguay; y estadísticas OECD.

Nota: cada país tiene su propia definición sobre qué se entiende por comercio electrónico, lo que puede explicar parte de las diferencias entre países.

B. El salto del comercio electrónico debido a la pandemia

Durante las últimas décadas el comercio electrónico ha ido en aumento producto de la adopción generalizada de tecnologías digitales tanto en empresas como individuos.

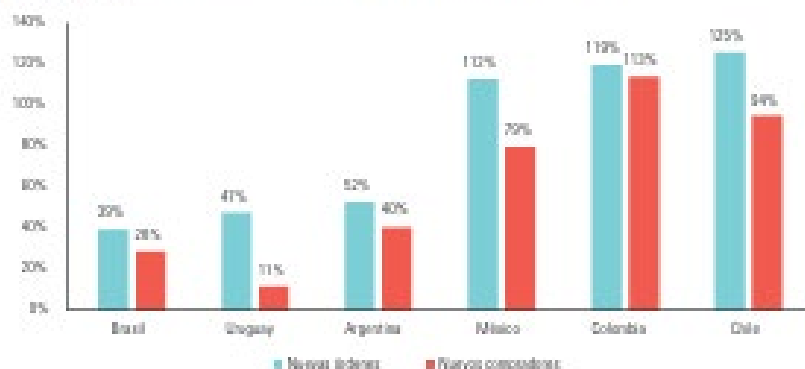
Debido al COVID-19, muchas empresas y en particular mipymes, en sectores como los restaurantes y el comercio, tuvieron que adaptar sus modelos de negocio a las restricciones de movilidad, adoptando canales de venta digitales para poder seguir operando. Esto produjo un crecimiento del comercio electrónico, que también fue aprovechado por plataformas digitales en varios segmentos de intermediación como la logística, los pagos digitales y el transporte, entre otros. Por su parte, la pandemia aceleró los cambios en los patrones de consumo de las personas, incentivando el uso de los medios digitales para acceder a los productos de interés y para gestionar su compra.

Igualmente, no solo aumentó la frecuencia con la que los consumidores buscaron y compraron en línea, sino que también se evidenciaron cambios en las preferencias del tipo de productos que se compran por Internet, resultando más demandados los artículos de salud, seguidos por alimentos, productos electrónicos, muebles y fitness. El perfil socioeconómico del consumo en línea es otro aspecto que también cambió, siendo que los hogares de menor ingreso mostraron mayores tasas de crecimiento durante la pandemia (CEPAL y Konrad Adenauer, 2021). El consumo de servicios en línea también sufrió cambios. En particular: la búsqueda de servicios asociados a viajes y turismo se desplomaron, mientras que la educación en línea, la transmisión de videos, música y los juegos se incrementaron (CEPAL, 2020b).

El incremento en las tendencias de compra en línea se puede advertir al observar los datos proporcionados por una de las principales plataformas de comercio electrónico de la región, Mercado Libre². Entre los primeros meses de la pandemia (febrero y mayo), las ventas en línea aumentaron de forma acelerada, si observamos la evolución anual del número de nuevas órdenes. Asimismo, se puede comprobar el cambio en los patrones de consumo si se analiza la tendencia en los nuevos compradores, para el mismo periodo, cuyo incremento estuvo en un rango de entre 28 y 94 por ciento. Sobre el volumen de ventas brutas, los cambios son igualmente pronunciados, y en total la región aumentó en un 102 por ciento el volumen de ventas en comparación con el segundo cuatrimestre del año anterior (véase gráfico).

Gráfico 9

Cambio en órdenes y compradores en Mercado Libre (febrero a mayo 2020)
(En porcentajes)



Fuente: CEPAL y Konrad Adenauer (2021) con base en Mercado Libre (2020).

² Es la plataforma de comercio electrónico en línea más importante de la región medida por millones de visitas (Webretailer, 2021).

Anexo 3: Documento de apoyo

Alvaro CUERVO-CAZURRA

Northeastern University
D'Amore-McKim School of Business
International Business and Strategy Group
360 Huntington Avenue, Boston MA 02115, USA

Tel.: 1-617-373-6568
Fax: 1-617-373-8628
a.cuervocazurra@neu.edu
www.cuervo-cazurra.com

BIO

Alvaro Cuervo-Cazurra is Professor of International Business and Strategy at Northeastern University. He studies the internationalization of firms, with a special interest in emerging market multinationals; capability upgrading, particularly technological capabilities; and governance issues, focusing on corruption in international business. His research appears in leading academic journals, such as *Academy of Management Journal*, *Journal of International Business Studies*, *Strategic Management Journal* and *Research Policy*. He is co-editor of *Global Strategy Journal*, was the reviewing editor of *Journal of International Business Studies*, and serves on the board of other leading journals such as *Academy of Management Review* and *Strategic Management Journal*. He was elected Fellow of the Academy of International Business, and served in the Executive Committee of the International Management Division at the Academy of Management.

EDUCATION

Massachusetts Institute of Technology, Cambridge MA. Ph.D. Management, 1999.
University of Salamanca, Salamanca, Spain. Ph.D. Business Economics, 1997.
Complutense University of Madrid, Madrid, Spain. B.B.A. Finance, Marketing, 1991.

CURRENT ACADEMIC AND PROFESSIONAL APPOINTMENTS

Universities: Northeastern University, professor (2014-present) (on sabbatical 2018)
Journals: *Global Strategy Journal*, co-editor (2017-2019). *Journal of International Business Studies*, consulting editor (2016-2019). *Strategic Management Journal*, editorial board member (since 2009). *Academy of Management Review*, editorial board member (since 2017)

PAST ACADEMIC AND PROFESSIONAL APPOINTMENTS

Universities: Northeastern University, associate professor (2011-2014). University of South Carolina, associate professor (2010-2011), assistant professor (2005-2011). Cornell University, visiting assistant professor (2003-2004). University of Minnesota, assistant professor (1999-2005) (on leave 2003-2004)
Journals: *Journal of International Business Studies*, Reviewing Editor (2010-2016)
Associations: Academy of Management, International Management Division, executive committee (PDW program chair, program chair, chair-elect, chair, immediate past chair) (2012-2017), communication committee (2008-2012). Strategic Management Society, Global Strategy Group, representative-at-large (2006-2008)

HONORS, RECOGNITIONS AND AWARDS

Honorary Doctorate, Copenhagen Business School, 2019.
AIB Fellow, Academy of International Business, elected 2016.
Impact: Google Scholar citations 7400+. Web of Science citations 2600+, 2nd top author on emerging market multinationals based on impact score (Luo, Y., & Zhang, H. 2016. JIM). 8th top author by adjusted appearance in top international business journals (Lahiri & Kumar, 2012. MIR).
Awards: 7 best paper award; 7 best paper award finalist; 1 best dissertation award; 2 best dissertation award finalist; 11 best reviewer award.

SELECTED PUBLICATIONS

Books

Cuervo-Cazurra, A. and Montoya, M. (Eds.). 2018. *Mexican Multinationals: Building Multinationals in Emerging Markets*. New York: Cambridge University Press.

- Cuervo-Cazurra, A., Newbury, W., and Park, S. 2016. *Emerging Market Multinationals: Solving Operational Challenges in Internationalization*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Cuervo-Cazurra, A., and Ramamurti, R. (Eds.). 2014. *Understanding Multinationals from Emerging Markets*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Journal Articles

- Cuervo-Cazurra, A., Gaur, A., and Singh, D. 2019. Pro-Market Institutions and Global Strategy: The Pendulum of Pro-Market Reforms and Reversals. *Journal of International Business Studies* (conditional acceptance).
- Cuervo-Cazurra, A. 2019. The evolution of business groups' corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, (forthcoming).
- Banalieva, E., Cuervo-Cazurra, A., Sarathy, R. 2018. Dynamics of Pro-Market Institutions and Firm Performance. *Journal of International Business Studies*, 49 (7): 858-880.
- Cuervo-Cazurra, A., Luo, Y., Ramamurti, R., & Ang, S. H. 2018. The impact of the home country on internationalization. *Journal of World Business*, 53 (5): 593-604.
- Cuervo-Cazurra, A., Ciravegna, L., Melgarejo, M., and Lopez, L. 2018. Home country uncertainty and the internationalization-performance relationship: Building an uncertainty management capability. *Journal of World Business*, 53 (2): 209-221.
- Aguilera, R., Ciravegna, L., Cuervo-Cazurra, A., Gonzalez-Perez, M. A. 2017. Multilatinas and the internationalization of Latin American firms. *Journal of World Business*, 52 (4): 447-460.
- Cuervo-Cazurra, A., and Rui, H. 2017. Barriers to absorptive capacity in emerging market firms. *Journal of World Business*, 52 (6): 727-742.
- Wang, S., and Cuervo-Cazurra, A. 2017. Overcoming human capital voids in underdeveloped countries. *Global Strategy Journal*, 7(1): 36-57.
- Cuervo-Cazurra, A. 2016. Corruption in international business. *Journal of World Business*, 51: 35-49.
- Rui, H., Cuervo-Cazurra, A., and Un, C. A. 2016. Learning-by-doing in emerging market multinationals: Integration, trial and error, repetition, and extension. *Journal of World Business*, 51: 686-699.
- Cuervo-Cazurra, A. 2016. Multilatinas as a source of new theoretical insights: The learning and escape drivers of international expansion. *Journal of Business Research*, 69 (6): 1963-1972.
- Cuervo-Cazurra, A., Inkpen, A., Musacchio, A. and Ramaswamy, K. 2014. Governments as owners: State-owned multinational companies. *Journal of International Business Studies*, 45: 919-942.
- Dau, L. and Cuervo-Cazurra, A. 2014. To formalize or not to formalize: Entrepreneurship and pro-market institutions. *Journal of Business Venturing*, 29 (5): 668-686.
- Cuervo-Cazurra, A., Caligiuri, P., Andersson, U., and Brannen, M. Y. 2013. How to write articles that are relevant to practice. *Journal of International Business Studies*, 44: 285-289.
- Cuervo-Cazurra, A. 2012. How the analysis of developing country multinational companies helps advance theory: Solving the Goldilocks debate. *Global Strategy Journal*, 2(3): 153-167.
- Cuervo-Cazurra, A. 2011. Global strategy and global business environment: The direct and indirect influences of the home country on a firm's global strategy. *Global Strategy Journal*, 1(3-4): 382-386.
- Cuervo-Cazurra, A. 2011. Selecting the country in which to start internationalization: The non-sequential internationalization argument. *Journal of World Business*, 46(4): 426-437.
- Cuervo-Cazurra, A., and Genc, M. 2011. Obligating, pressuring, and supporting dimensions of the environment and the non-market advantages of developing-country multinational companies. *Journal of Management Studies*, 48(2): 441-445.
- Cuervo-Cazurra, A., and Un, C. A. 2010. Why some firms never invest in formal R&D. *Strategic Management Journal*, 31(7): 759-779.
- Un, C. A., Cuervo-Cazurra, A., and Asakawa, K. 2010. R&D collaborations and product innovation. *Journal of Product Innovation Management*, 27(5): 673-689.
- Cuervo-Cazurra, A., and Dau, L. A. 2009. Pro-market reforms and firm profitability in developing countries. *Academy of Management Journal*, 52(6): 1348-1368.
- Cuervo-Cazurra, A., and Dau, L. A. 2009. Structural reform and firm exports. *Management International Review*, 49(4): 479-507.
- Aguilera, R., and Cuervo-Cazurra, A. 2009. Codes of good governance. *Corporate Governance: An International Review*, 17(3): 376-387.

- Cuervo-Cazurra, A. 2008. The effectiveness of laws against bribery abroad. *Journal of International Business Studies*, 39(4): 634-651.
- Cuervo-Cazurra, A. 2008. Better the devil you don't know: Type of corruption and FDI in transition economies. *Journal of International Management*, 14(1): 12-27.
- Un, C. A., and Cuervo-Cazurra, A. 2008. Do subsidiaries of foreign MNEs invest more in R&D than domestic firms? *Research Policy*, 37(10): 1812-1828.
- Cuervo-Cazurra, A., and Genc, M. 2008. Transforming disadvantages into advantages: Developing country MNEs in the least developed countries. *Journal of International Business Studies*, 39(6): 957-979.
- Cuervo-Cazurra, A. 2008. The multinationalization of developing country MNEs: The case of Multilatinas. *Journal of International Management*, 14(2): 138-154.
- Cuervo-Cazurra, A., Maloney, M., and Manrakhan, S. 2007. Causes of the difficulties in internationalization. *Journal of International Business Studies*, 38(6): 709-725.
- Cuervo-Cazurra, A. 2007. Sequence of value-added activities in the internationalization of developing country MNEs. *Journal of International Management*, 13(3): 258-277.
- Cuervo-Cazurra, A., and Un, C. A. 2007. Regional economic integration and R&D investment. *Research Policy*, 36(2): 227-246.
- Cuervo-Cazurra, A. 2006. Who cares about corruption? *Journal of International Business Studies*, 37(6): 803-822.
- Aguilera, R., and Cuervo-Cazurra, A. 2004. Codes of good governance worldwide: What is the trigger? *Organization Studies*, 25(3): 417-446.

RESEARCH GRANTS

- External: Ministry of Economics and Competitiveness, Spain (2017-2019, €65000), Thailand Research Fund (2015-2016, Bath1150000; 2014-2015, Bath966900). Ministry of Education, Spain (2013-2016, €47000; 2010-2013, €24000; 2009-2012, €100000)
- Internal: Northeastern University: Mullin Fellow (2016-2021, US\$50000); Morrison Fellow (2011-2016, US\$50000); D'Amore-McKim (2017-2020, US\$15000); Walsh Professor (2013-2015, US\$2000)

TEACHING

- Strategic management, global strategy, international business, sustainability in multinationals, innovation in emerging markets, emerging market multinationals, business in Latin America
- Employed: Northeastern (2011-present), South Carolina (2005-2011), Minnesota (2000-2005).
- Invited: Brazil (FDC, PCV), Guatemala (UNIS), Mexico (Tec Monterrey, IPAIDE), Thailand (Thammasat), Austria (WU), Norway (Agder), Poland (Warsaw), Spain (Valencia, CUNEF, Salamanca)

UNIVERSITY SERVICE

- Northeastern U. committees: Chaired professor; Full professor; Tenure and promotion; Faculty policy; Strategic planning; Vice-provost of libraries. Organizer speakers & visiting scholars, Center for Emerging Markets.
- Thesis: Ph.D. 14, masters 1, undergraduate 5

EXTERNAL SERVICE

- National foundations reviewer: Canada, Hong Kong, Israel, South Africa, USA
- Ad-hoc reviewer journals: AMJ, ASQ, JEBO, JoM, MS, OS, SEJ
- Ad-hoc reviewer books: Cambridge University Press, Routledge, Taylor and Francis, Yale University Press
- Award reviewer: Eminent Scholar, Professional Achievement, Outstanding Service, & Emerging Scholar awards of the IM Division of AOM; Eminent Scholar of AIB; Best paper, best Ph.D. student paper of SMS
- Conference organizer: AOM IM, AIB track chair (twice), AIB-Lat, Emerging markets at Northeastern and Miami

PRESENTATIONS

- Competitive: Academy of Management Annual Meeting (1998-2018), Academy of International Business

Anexo 4: Documento de apoyo

Universidad Andina Simón Bolívar

Sede Ecuador

Área de Gestión

Maestría en Dirección de Empresas

**Análisis de competencias de los empresarios de las PYMES del sector
de mantenimiento y reparación de vehículos automotores de la ciudad
de Quito**

Daniel Alejandro Rivadeneira Guzmán

Tutor: Roberto Aníbal Hidalgo Flor

Quito, 2020

Resumen

El presente trabajo servirá como una contribución para mejorar las competencias empresariales personales de los dueños de negocios que realizan reparación y mantenimiento vehicular en la ciudad de Quito. La investigación tiene por objeto recopilar las buenas prácticas empresariales aplicadas por empresarios exitosos que les han hecho distinguirse de otros negocios del mismo sector y generar ventajas competitivas.

Uno de los sectores que ha tenido mayor dinamismo en la economía del Ecuador es el Parque Automotriz que en el año 2018 “contribuyó con 1.451 millones en tributos al Estado, \$556 millones más que el año 2016, según evaluación del mercado automotor presentado por la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (Aeade)” (Universo 2019), otro de los aspectos a destacar es su aporte como fuente generadora de empleo y autoempleo, se registraron 90.012 personas ocupadas, de las cuales el 83% son hombres y el 17% mujeres. En los establecimientos de Comercio se encuentran ocupadas 84.155 personas, en Manufactura 5.194 y en Servicios 6634. En la ciudad de Quito se encuentran inscritas 3.884 empresas entre micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, según estudio del INEC en el año 2010.

Los problemas frecuentes que se presentan en los negocios de reparación y mantenimiento vehicular están relacionados con la falta de profesionalización de quienes los dirigen, en consecuencia, se evidencian malas prácticas como la falta de planificación, falta de proyección financiera, falta de atención y servicio al cliente entre otras.

Al finalizar el estudio se plantea generar un modelo que reúna las características del comportamiento emprendedor de los empresarios exitosos y que estas puedan ser replicadas por los empresarios del sector.

Palabras clave: competencias empresariales, negocios de mantenimiento y reparación vehicular, características del comportamiento emprendedor.

Introducción

1. Antecedente

"En 1983, la Agencia de los Estados Unidos para el desarrollo Internacional (AEUDI-USAID son sus siglas en inglés) financió un estudio intercultural para identificar las "competencias empresariales personales" (CEPs), estas son competencias que predicen formación y éxitos en los negocios al interior de una cultura y entre culturas. Una muestra de criterio de empresarios exitosos y menos exitosos fue identificada en tres continentes seleccionando países en desarrollo, en América Latina (Ecuador), África (Malawi), y Asia (India)." (J. Spencer 1991, 220).

La presente investigación "Análisis de las competencias de los empresarios de las MIPYMES del sector de mantenimiento y reparación de vehículos automotores de la ciudad de Quito" busca identificar las similitudes y diferencias de las características personales empresariales (CEPs), según el tamaño del negocio, en los propietarios de las empresas en mención. Con los datos obtenidos en la investigación de campo se propone un modelo de competencias que recoja las buenas prácticas de los empresarios exitosos para que puedan ser replicados en los empresarios del sector, con el fin de mejorar la calidad del servicio y en consecuencia mejorar los ingresos de los empresarios.

2. Justificación

Si en la economía uno de los factores que dinamizan el desarrollo es la producción y que para la misma se requieren recursos para ser transformados, existe un elemento fundamental en la ecuación para que las acciones sean ejecutadas, ese elemento es el factor humano. Bradley Shiller, manifiesta que uno de los principales problemas que poseen las economías basadas en una planificación central es que subestiman el papel o el rol que desempeñan las personas como emprendedores para la generación de nuevas ideas de negocio o para potenciar los negocios existentes, es por ello la importancia de la presente investigación, ya que se busca identificar aquellas características personales empresariales que hacen de los empresarios personas exitosas y que a través de sus modelos de gestión puedan generar un aporte de estudio para nuevos emprendedores.

2.1 Objetivo General

Analizar las similitudes y diferencias de las características personales empresariales (CEPs), según el tamaño del negocio, en los propietarios de las empresas del sector de mantenimiento y reparación vehicular de la ciudad de Quito y proponer un modelo de competencias que permita mejorar la gestión de las empresas en mención.

Tabla 1

Características del comportamiento emprendedor (CCE)

CONJUNTO DE LOGRO
BUSQUEDA DE OPORTUNIDADES E INICIATIVA
Actúa antes de que se lo pidan o antes de ser forzado por las circunstancias. Actúa para extender el negocio hacia nuevas áreas, productos o servicios. Se aprovecha de oportunidades poco usuales para lanzar un negocio, obtener financiamiento, equipo, terreno, lugar de trabajo o asistencia.
PERSISTENCIA
Toma acción frente a un gran desafío. Toma acciones repetidas o cambia de estrategia para hacer frente a un reto o para superar obstáculos. Se responsabiliza personalmente por hacer todo lo necesario para alcanzar sus metas y objetivos.
CUMPLIMIENTO
Recorre a sacrificios personales o se esmera en forma extraordinaria para terminar su trabajo. Colabora con sus empleados u ocupa su lugar si es necesario para terminar un trabajo. Se esmera por mantener satisfechos a sus clientes y valora la buena voluntad a largo plazo por encima de las ganancias a corto plazo.
EXIGIR EFICIENCIA Y CALIDAD
Se esmera por hacer las cosas mejor, más rápido y barato. Toma acción para garantizar que se cumplan o se excedan normas de excelencia. Desarrolla o utiliza procedimientos para cerciorarse que el trabajo se termine y que tiene los requisitos establecidos.
CORRER RIESGOS CALCULADOS
Calcula riesgos deliberadamente y evalúa alternativas. Toma acción para reducir los riesgos o controlar los resultados. Se coloca en situaciones que conllevan un reto o un riesgo moderado.
CONJUNTO DE PLANIFICACIÓN
FIJAR METAS
Fija metas y objetivos que tienen significado personal y que conllevan un reto. Tiene visión clara y específica a largo plazo. Fija objetivos medibles a corto plazo.
BUSQUEDA DE INFORMACIÓN
Personalmente procura información sobre clientes, proveedores y/o la competencia. Personalmente investiga cómo fabricar un producto o proporcionar un servicio. Consulta a expertos técnicos y comerciales.
PLANIFICACIÓN SISTEMÁTICA Y SEGUIMIENTO
Planifica dividiendo tareas grandes en sub tareas con tiempos de entrega establecidos. Constantemente revisa sus planes para tomar en cuenta resultados obtenidos y circunstancias cambiantes. Mantiene registros y los emplea en la toma de decisiones.
CONJUNTO DE PODER
PERSUASIÓN Y REDES DE CONTACTOS
Se vale de estrategias deliberadas para influenciar y persuadir a otros. Usa a personas claves como agentes para alcanzar objetivos propios. Desarrolla y mantiene una red de contactos de negocios.
AUTOCONFIANZA E INDEPENDENCIA
Busca autonomía de las reglas y el control de otros. Hace prevalecer su punto de vista aún ante la oposición o frente a resultados poco favorables. Atribuye a sí mismo y a su conducta las causas de sus éxitos y fracasos.

Fuente: Empretec Ecuador – UNCTAD (Manual de trabajo)

Elaborado por: Daniel Rivadeneira

9. Micro, pequeña y mediana empresa MIPYME

La importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas se basa en tres características, que son: primero, crean la gran mayoría de los nuevos empleos en las economías; segundo, son una fuente de innovación y, finalmente de acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos "OECD" incrementan productividad nacional y de reducción de la pobreza. Ahora, es importante categorizar y conocer los criterios para definir el concepto de una MIPYME, desde la visión de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) pueden variar en su clasificación por el número de empleados efectivos, valor bruto de las ventas y, valor de los activos totales, como se describe en la siguiente tabla:

Tabla 2
Clasificación de las MIPYMES según la CAN

Variables (**)	Estrato I	Estrato II	Estrato III	Estrato IV
Personal Ocupado	1-9	10-49	50-99	100-199
Valor Bruto de las ventas anuales (US\$)*	≤ 100.000	100.000 - 1.000.000	1.000.001 - 2.000.000	2.000.001 - 5.000.000

Fuente: Boletín Jurídico de la Cámara de Comercio de Quito
Elaborado por: Daniel Rivadeneira

La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, mediante resolución, acogió la clasificación de las empresas, de acuerdo con la normativa implantada por la Comunidad Andina en su Resolución 1260 y la legislación interna vigente, conforme al siguiente cuadro:

Tabla 3
Clasificación de las empresas según la Superintendencia de Compañías de Ecuador

Variables	Microempresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Grandes Empresas
Personal Ocupado	1-9	10-49	50-199	≥ 200
Valor Bruto de las ventas anuales (US\$) *	≤ 100.000	100.000 - 1.000.000	1.000.001 - 5.000.000	> 5.000.000
Monto de activos	Hasta US\$ 100.000	De US\$ 100.001 hasta US\$ 750.000	De US\$ 750.001 hasta US\$ 3.999.999	≥ 4.000.000

Fuente: Boletín Jurídico de la Cámara de Comercio de Quito
Elaborado por: Daniel Rivadeneira

Capítulo segundo

Análisis situacional

En esta sección se realiza un diagnóstico generalizado sobre el sector automotriz en el Ecuador que engloba a la producción, la comercialización y los servicios. Se parte desde una visión histórica que usa fuentes primarias y secundarias que permite entender la industria en su contexto nacional e internacional, para luego identificar los desafíos que tienen los dueños de los negocios de mantenimiento y reparación vehicular de la ciudad de Quito.

1. La Industria Automotriz en el Ecuador

“La introducción de los vehículos motorizados obliga a las empresas a construir talleres de servicios y así aparece la mecánica automotriz en Guayaquil en los 50s” (Arosemena 2009, 139). El sector automotriz no solo impulsa la creación de talleres, sino otras industrias del sector productivo como “la siderúrgica, metalúrgica, metalmecánica, minería, petrolera, petroquímica, plástico, vidrio, electricidad, robótica e informática, industrias claves para la elaboración de los vehículos” (PRO Ecuador 2001, 4).

El sector automotriz en el Ecuador, al igual que en otros países en vías de desarrollo, “contaba con una base mínima de mercado para la fabricación local de vehículos a manera de políticas industriales como el proteccionismo, subsidio a las importaciones de componentes o exoneración de impuestos desde la década de los sesenta” (Laso 2001, 15). En el caso ecuatoriano la Ley de Protección Industrial (1921) que promueve el modelo comercial y económico de Inglaterra hasta la apertura del Canal de Panamá que desplaza esa visión hacia Estados Unidos; para luego en la primera codificación de la Ley de Fomento Industrial (1957). Ambas leyes promueven y refuerzan, años más tarde, en los 70, la fabricación del modelo Andino, ensamblado en Ecuador. Sin embargo, en 1980 se renuncia a la producción ya que internamente no se había consolidado una industria pesada básica como el acero, vidrio y petroquímica, además de no haberse desarrollado paralelamente industrias de componentes y repuestos. En el año 81 AYMESA adquiere sus primeras estaciones de soldadura de carrocería metálica y lanza la Chevette de General Motors, (GM) comenzando un capítulo de 12 años que incluye modelos para reconocidos fabricantes mundiales como Suzuki, GM y Datsun (Grupo Aymes 2013). A pesar de que el Estado muestra interés para fortalecer la industria automotriz por la Ley de Fomento a la Industria Automotriz de 1977 parece

no haber surtido el efecto deseado; pues su atención se orienta a la exportación petrolera (1973).

En 1999, AYMESA comienza su relación comercial con el fabricante coreano KIA Motors, una relación muy exitosa que se mantiene hasta la actualidad. AYMESA concluye sus operaciones en el 2004 y reapertura en el 2006, en 2011, amplía su operación con una nueva instalación independiente de ensamblaje de camiones (Grupo Aymesa 2013). Al 2016 tiene licencias de ensamblaje de Lada y Kia que compiten con otras dos empresas ensambladoras que hoy operan en Quito, Ecuador: OMNIBUS BB (1975) y MARESA (1976). Con el argumento final no impresiona que el subsector de autopartes se localizara en la Provincia de Pichincha – otra pequeña parte de los proveedores en la Provincia de Tungurahua por mano de obra calificada y menores costos- cercanas geográficamente a las ensambladoras para reducción en los costos de logística. Hoy, las empresas ensambladoras y productoras de autopartes están calificadas con normas internacionales como QS 9000, ISO TS 16949: 2002, ISO 14000. Toda la bibliografía se enfoca en el sector de producción automotriz, más esta no se acompaña de la evolución que han tenido los otros dos sectores siendo el de primordial importancia el comercial.

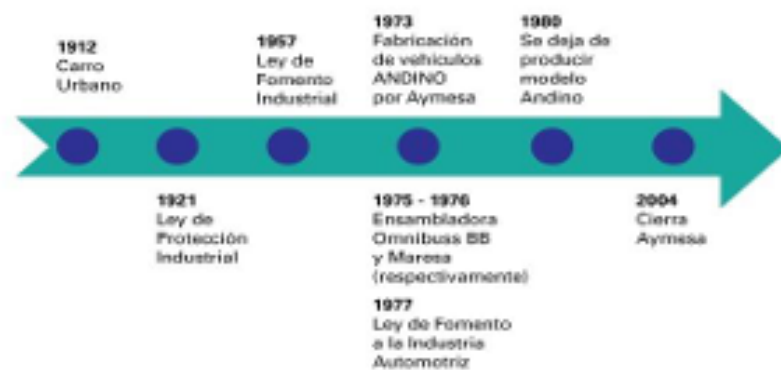


Figura 1 Desarrollo de la industria automotriz en el Ecuador

Fuente: PRO-ECUADOR

Elaborado por: Daniel Rívaleneira

En conclusión, el sector automotriz integra a diferentes actores: las firmas autopartistas proveedoras de partes y piezas; las ensambladoras que son las firmas que imponen los estándares productivos de la cadena; las empresas comercializadoras en

donde se encuentra los negocios de mantenimiento y reparación vehicular y servicios que son parte del Sector Automotriz.

2. Cifras relevantes

A pesar de que la historia de este sector nace con la producción, la comercialización en el año 2010 se posiciona como el rubro más importante. De acuerdo con el Censo Nacional Económico del 2010, existen 29.068 establecimientos económicos dedicados a actividades de comercio automotriz, de los cuales el 70% corresponde a establecimientos que realizan mantenimiento y reparación de vehículos automotores, es decir, 20.347 establecimientos.

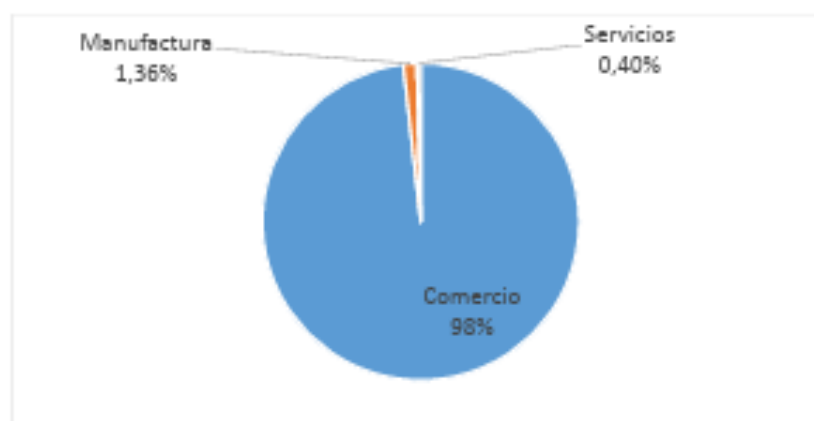


Figura 2. Actividades del sector automotriz
Fuente: Boletín Económico 2012 INEC
Elaborado por: Daniel Rivadeneira

En la figura 2. se aprecia que el mayor peso lo tiene el sector de comercio que corresponde al 98% de la industria automotriz y en este rubro se encuentra el grupo objetivo de estudio que corresponde a los establecimientos que realizan mantenimiento y reparación vehicular de automotores. Otro dato importante, es el número de plazas de empleo que de acuerdo el censo económico del año 2010 se empleaba a 90.012 personas en toda la industria mientras que en el sector comercio se registran 84.155 personas de los cuales el 83% corresponde a hombres y el 17% a mujeres.

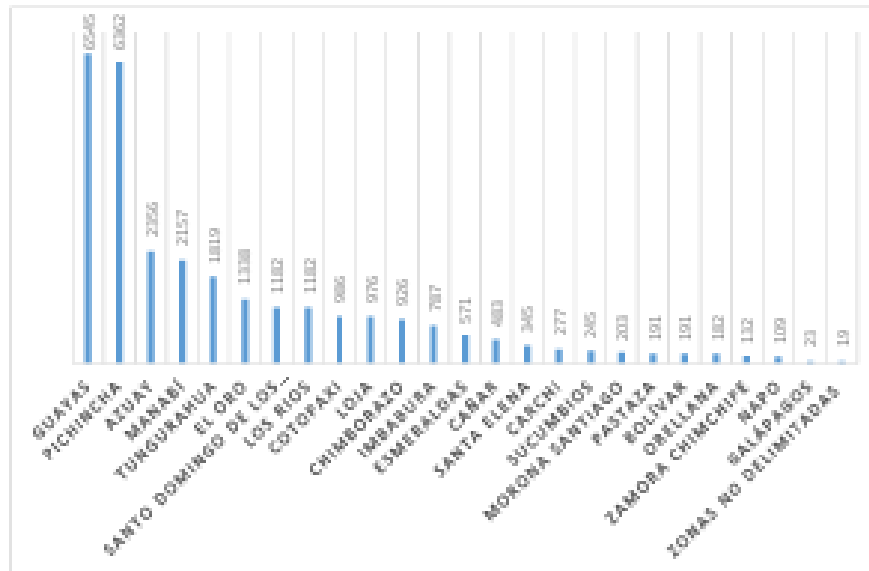


Figura 3. Establecimientos por provincia
Fuente: Boletín Económico 2012 INEC
Elaborado por: Daniel Rivadeneira

Para entender la importancia de los servicios de mantenimiento y reparación vehicular se presentan algunas cifras del parque automotor del país. De acuerdo con la Agencia de Noticias de Ecuador "ANE" en septiembre del año 2015 se registraron 2.2 millones de veh de los cuales 218 mil tendrían más de 35 años, 60 mil entre 25 y 30 años y 160 mil entre 20 y 25 años.

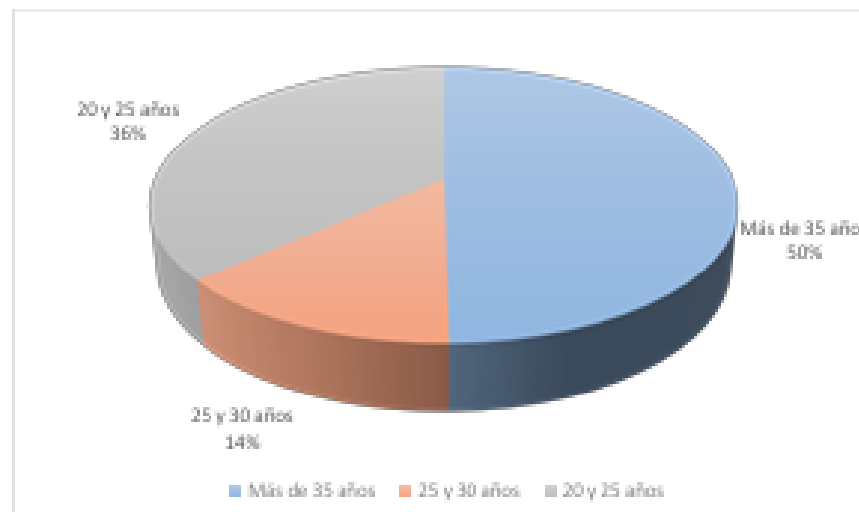


Figura 4. Edad del parque automotriz que circula en Ecuador

los comportamientos que puedan servir de base para estructurar un instrumento de recopilación de información aplicado a un marco muestral representativo para identificar más hallazgos (Kotler 1993, 123).

3. Población de estudio.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Censo, acorde a un estudio sectorial realizado en el año 2015 en la ciudad de Quito se registran 3.884 empresas entre micro, pequeña, mediana y grande empresa en el sector de mantenimiento y reparación vehicular, población que se toma en cuenta para el levantamiento de información.

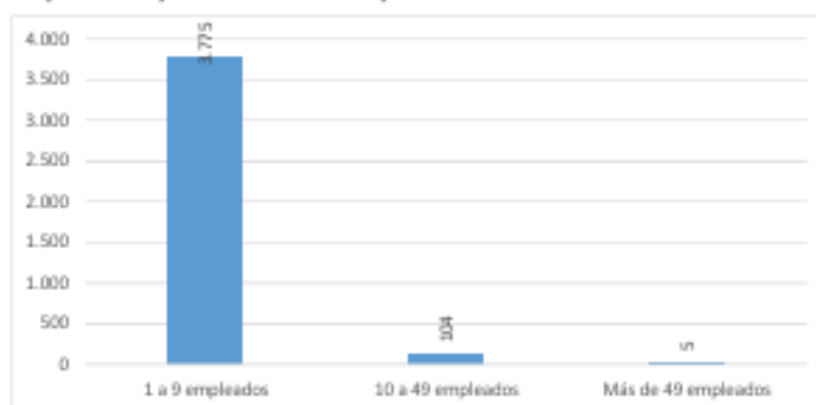


Figura 6. Cantidad de empresas por número de empleados

Fuente: INEC – Análisis Sectorial 2015

Elaborado por: Daniel Rivadeneira

De acuerdo con la figura 6. existen 3.884 empresas que se encuentran distribuidas de la siguiente manera: 3.775 como microempresas, 104 como pequeñas empresas y 5 medianas empresas.

Para identificar a las mecánicas de mantenimiento y reparación vehicular se recurre a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) que se presenta a continuación:

el 30% de los entrevistados están en el mercado de 1 a 10 años, el 26% tiene su negocio entre 11 a 20 años, el 22% lo tiene por más de 30 años, el 19% lo tiene entre 21 a 30 años y el 4% lo tiene por un año.

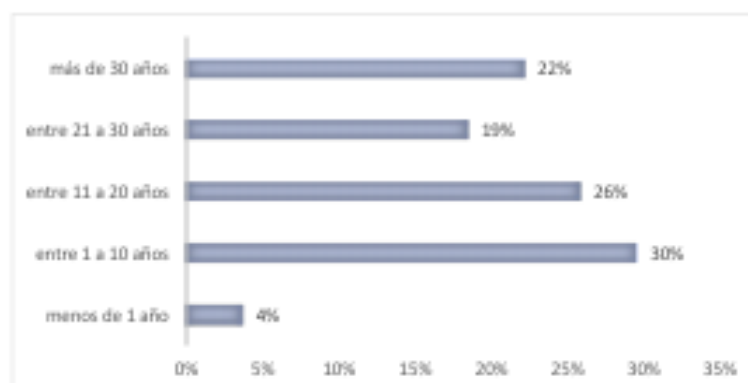


Figura 8. Tiempo de permanencia del negocio en el mercado

Fuente: Investigación del Autor.

Elaborado por: Daniel Rivadeneira

En cuanto a la incidencia de la familia para la iniciativa emprendedora se observa que el 48% de los entrevistados tuvieron influencia de su familia de alguna manera, tal como se muestra en los siguientes relatos:

“Mi papá era relojero, a él le gustaban los autos, pero nunca trabajó en autos y por eso decidió invertir conmigo”,
 “Yo no tenía el capital y el que me ayudó fue mi papá, pero tampoco es que tenía la fe en el proyecto”,
 “Se dio la oportunidad de que mis hermanos me apoyaran con algo de capital y me puse el negocio de la parte automotriz”.

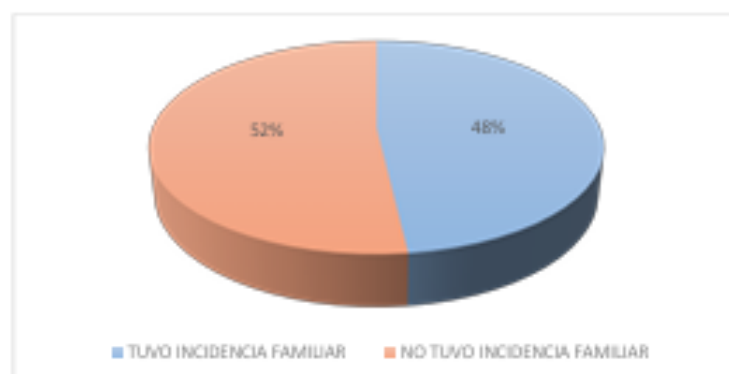


Figura 9. Incidencia familiar en el negocio

Fuente: Investigación del Autor.

Elaborado por: Daniel Rivadeneira

En referencia al perfil del negocio se determina que el (70%) corresponde a la microempresa, el (63%) maneja su negocio como persona natural. El (81%) de los negocios se encuentran ubicados en el sector norte de la ciudad de Quito, tienen un promedio de 19 años en el mercado y emplean un promedio de 8 personas. En su mayoría son mecánicas automotrices (44%) que ofertan servicios complementarios (56%) como tapicería, chequeos con escáner, reparación de aire acondicionado, etc.

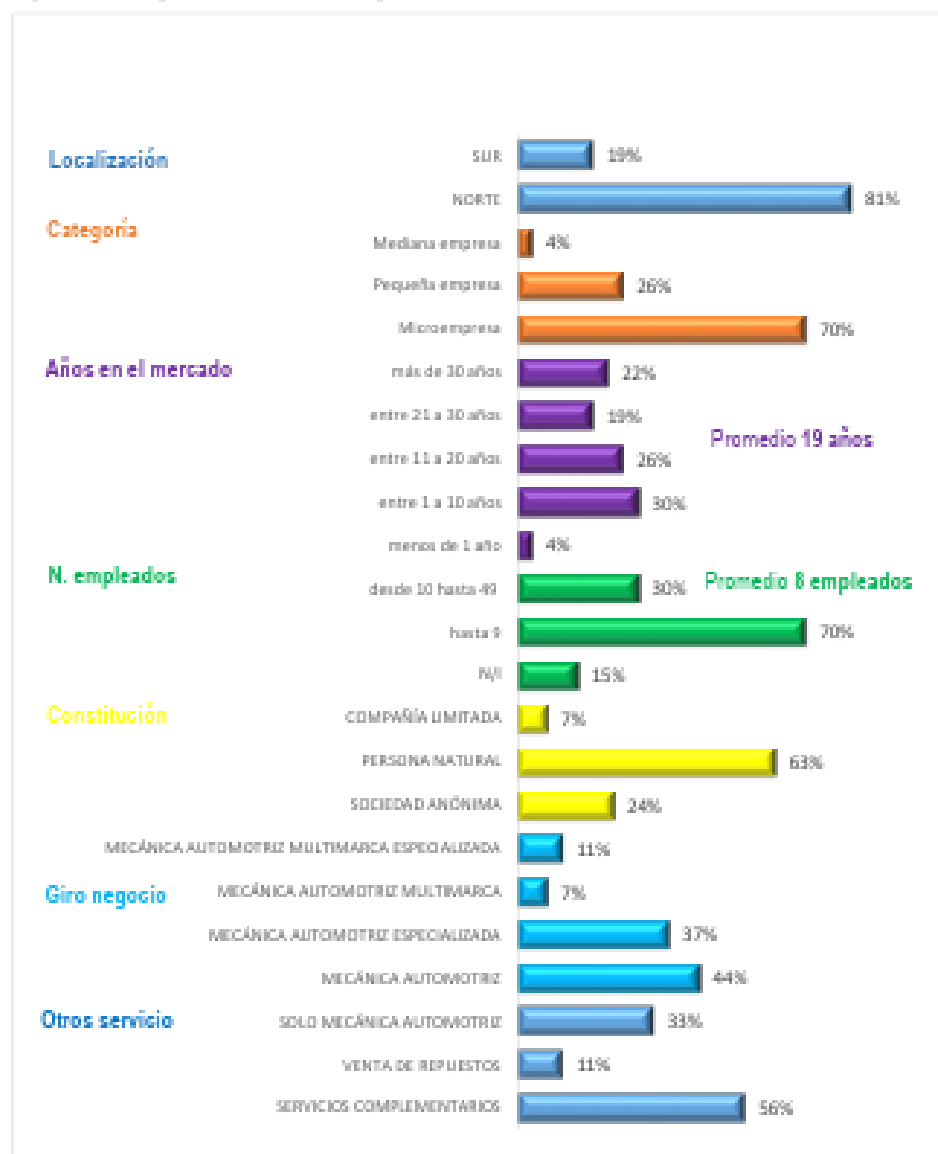


Figura 10. Perfil del negocio

engloba en tres conjuntos, en la figura 11. se observa que el Conjunto de Logro es el que prevalece con un 58%, seguido del Conjunto de Planificación con el 22% y finalmente el Conjunto de Poder con el 20%.



Figura 11. Importancia de los conjuntos determinados por McClelland

Fuente: Investigación del Autor.

Elaborado por: Daniel Rivadeneyra

De acuerdo con los datos de la figura 12., dentro de los conjuntos definidos por McClelland, los comportamientos en los que se observa mayor incidencia por parte de los dueños de las mecánicas automotrices de la ciudad de Quito son:

- Búsqueda de oportunidad e iniciativa 21%.
- Persistencia 17%.
- Persuasión y redes de contacto 13%.
- Búsqueda de información 12%, y
- Cumplimiento 9%.



Figura 12. CEP'S determinados de los empresarios

Fuente: Investigación del Autor.

Elaborado por: Daniel Rivadeneyra

Tabla 16
Competencias relevantes para los empresarios del sector de mantenimiento y reparación vehicular

Conjunto	Competencias	Acciones
Conjunto de logro	Búsqueda de oportunidad e iniciativa	- Identificar segmentos de mercado, que cuenten con flotas de vehículos como empresas de taxi, etc. - Buscar servicios o productos que pueda complementar en su taller.
	Persistencia.	- Revisar periódicamente la planificación y las metas planteadas con el propósito de cambiar las estrategias si se observa que una meta no se está logrando en el tiempo planificado.
	Cumplimiento.	- Entregar los vehículos en los tiempos ofrecidos. - Respetar los precios pactados y no presentar cambios inesperados. - Respetar los horarios de atención al público. - Respetar los turnos y citas previamente establecidas. - Colocar los repuestos ofrecidos. - Cumplir con los estándares de presentación del local (limpieza de servicios higiénicos, áreas de espera, áreas de tránsito despejadas). Personal con el uso de su uniforme y que este se encuentre limpio.
	Exigir eficiencia y calidad.	- Estandarizar y documentar procesos. - Generar una orden de ingreso del vehículo donde detalle el servicio a ofrecer y las condiciones en las que recibe el vehículo.
	Correr riesgos calculados.	- Antes de invertir en la adquisición

sistemas de medición y de gestión, derivados de sus estrategias y capacidades.” (Kaplan y Norton, El Cuadro de Mando Integral 2017, 41)

Si se habla de que el empresario influencia de forma positiva o negativa en el desempeño de sus trabajadores, según Martha Alles (2012) el comportamiento de los directivos y empleados se retroalimentan, motivo por el cual, es fundamental que la persona que inicie un negocio o que ya lo tenga en marcha gestione la estructura de su empresa a través de la construcción de un marco filosófico y estructure un plan o modelo de negocio.

A continuación, se plantea una estructura básica que deben considerar los dueños de establecimientos de servicios de mantenimiento y reparación vehicular.

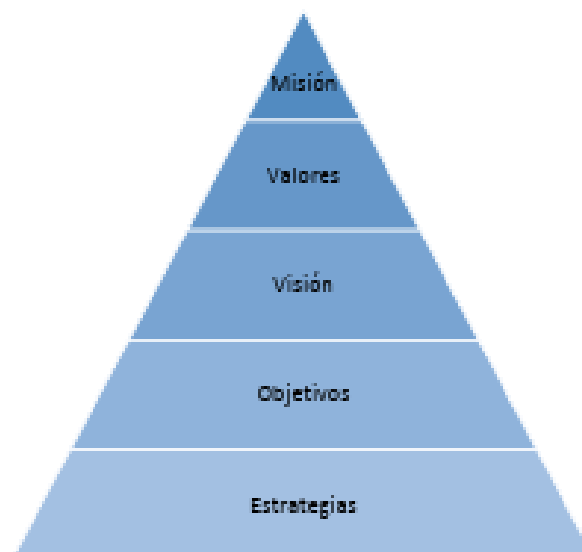


Figura 25. Cuadro estratégico del negocio

Fuente: Investigación del Autor.

Elaborado por: Daniel Rivadeneira

A partir de este apartado se presenta un plan de acción para cada uno de los ejes de la figura 25., con el fin de que los empresarios del sector de mantenimiento y reparación vehicular tengan una guía para estructurar su negocio.

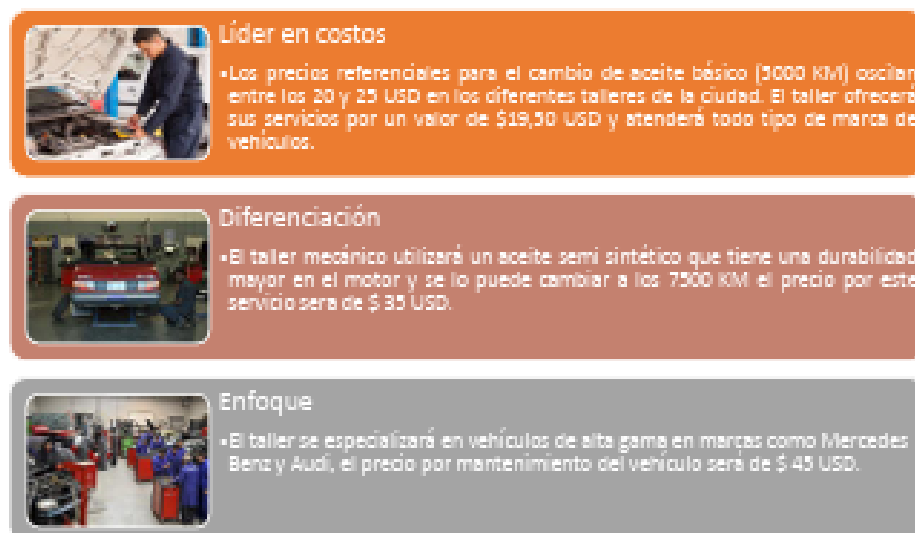


Figura 27. Ejemplo de estrategias genéricas para un negocio del sector de mantenimiento y reparación vehicular

Fuente: Ventaja Competitiva Michael Porter

Elaborado por: Daniel Rivadeneyra

Es importante que los dueños de los talleres de mantenimiento y reparación vehicular escojan una de las tres estrategias genéricas de Michael Porter para direccionar su negocio y que su propuesta comercial vaya encaminada a un segmento específico de mercado.

Para alcanzar el éxito empresarial que es la cúspide del modelo es importante que los empresarios sepan satisfacer las necesidades de sus clientes y esto a su vez les genere una rentabilidad adecuada para la subsistencia y crecimiento del negocio, en consecuencia, se debe definir la ventaja competitiva del negocio frente a sus competidores.

El reto de los empresarios es descubrir las necesidades insatisfechas o crear necesidades en los clientes que no hayan sido exploradas por su competencia para generar una ventaja competitiva que valore el cliente y genere fidelidad a su taller. La forma de conocer las expectativas o necesidades de los clientes es realizar una investigación de mercado o tener el hábito de preguntar y preguntar a sus clientes para ir explorando puntos ciegos no descubiertos anteriormente.

“La ventaja nace de muchas actividades específicas que se ejecutan al diseñar, fabricar, comercializar, entregar y la venta de su producto” (Porter 2016, 33)

A continuación, se presenta algunas ideas de cómo puede plantear su ventaja competitiva de su negocio.

Servicio	Producto	Canales
• Ofrecer un servicio postventa a través de la creación de una aplicación móvil en la que el usuario reciba recomendaciones para mejorar el mantenimiento de su vehículo, será como la ficha médica de un paciente, en este caso, será la ficha histórica de mantenimiento vehicular en la cual se puede incluir un plan de recompensas y a su vez puede tener alarmas que prevengan al usuario sobre los próximos mantenimientos del vehículo. En el sistema se puede incluir un plan de recompensas por compartir su experiencia en redes sociales y generar flujos de visitas en la página del taller.	• Ofrecer un aceite sintético que le proporcione las siguientes ventajas al cliente. Cambiar el aceite de su vehículo a los 7.500 Km. a diferencia de los aceites básicos que el cambio se realiza a los 5.000 Km. Se evidencia un ahorro al cliente ya que un vehículo a los 15.000 km utilizando un aceite básico debe asistir al taller en 3 ocasiones generando costos extras en movilización y tiempo del usuario, mientras que en el cambio a los 7.500 km. le genera un ahorro de una ocasión en asistir al taller. Las características del producto ofrecen ventajas adicionales como la protección del motor y sus piezas.	• Atender a los clientes a través de distribuidores con equipos móviles que puedan realizar el cambio de aceite en el lugar que el cliente disponga. Esta estrategia permitirá ser más versátil el servicio de cambio de aceite, y equipos menores que requieran de apoyo mecánico. Ofreciendo al cliente un ahorro de movilizarse al taller y ahorro de tiempos de espera mientras se realiza el trabajo.

Figura 28. Ejemplo del planteamiento de una ventaja competitiva
Elaborado por: Daniel Rivadeneira

**EL PAPEL DE LAS MICROEMPRESAS EN EL DESARROLLO
ECONÓMICO REGIONAL: LAS REDES DE COOPERACIÓN
EMPRESARIAL EN ESPAÑA**

POR

Sonia BENITO HERNÁNDEZ*

RESUMEN

El presente trabajo pretende analizar las características de las microempresas así como la formación de redes empresariales en España, en aras de intentar demostrar que la cooperación de las microempresas, mediante de estas redes, puede contribuir al desarrollo económico del territorio donde se ubiquen, mediante la modernización, la generación de valor añadido y la creación empleo. Se ha realizado un análisis descriptivo sobre la existencia de redes de microempresas en España para posteriormente analizar las relaciones existentes entre la cooperación mediante redes y el efecto que produce en variables como la actualización tecnológica de las microempresas, el ámbito de actividad, el crecimiento y el desarrollo regional.

Palabras Clave: microempresa, redes de cooperación, desarrollo regional y crecimiento empresarial.

Claves Econlit: M130, O180, R110, L140.

* Universidad Europea de Madrid. Facultad de Economía, Derecho y Empresariales. Dpto. Economía de la Empresa. Villaviciosa de Odón (28670). Madrid. Tfno: 912115645. E-mail: sonia.benito@uecm.es

**THE ROLE OF MICRO-ENTERPRISES IN REGIONAL ECONOMIC
DEVELOPMENT: THE COOPERATION NETWORKS BUSINESS IN SPAIN**

ABSTRACT

This paper aims to analyze the characteristics of micro-business as well as to explore how business networks are built up in Spain. As a result, it is proved that cooperation among such companies -through business networks- may contribute to the economic development of the geographical area where they are located due to the generation of value added and job creation. It has made a descriptive analysis of the existence of micro-networks in Spain and later analyzes the relationship between cooperation through networking and the effect of variables such as technological upgrading of micro-business, scope of activity, growth and regional development

Keywords: microenterprise, networking, regional development and business growth.

**LE PAPIER DES MICROENTREPRISES DANS LE DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE RÉGIONAL : LES RÉSEAUX DE COOPÉRATION PATRONALE
EN ESPAGNE**

RÉSUMÉ:

Ils résument que Le travail présent cherche à analyser les caractéristiques des microentreprises ainsi que la formation de réseaux patronaux en Espagne, en l'honneur d'essayer de démontrer que la coopération des microentreprises, grâce à ces réseaux, il peut participer au développement économique du territoire où ils se trouvent, grâce à la modernisation, la génération de valeur ajoutée et la création a employé. Une analyse descriptive a été réalisée sur l'existence de réseaux de microentreprises en Espagne pour par la suite analyser les relations existantes entre la coopération grâce à des réseaux et l'effet qu'il produit dans variables comme l'actualisation technologique des microentreprises, l'enceinte d'activité, la croissance et le développement régional.

Des mots Clefs : une microentreprise, des réseaux de coopération, de développement régional et de croissance patronale.

1. INTRODUCCIÓN

"El culto a la gran dimensión es un paradigma dominante en la denominada Ciencia Económica. Las famosas y nunca bien valoradas "economías de escala" y los apalancamientos operativos y financieros son muchas veces conceptos más estudiados que la realidad empresarial actual, en la que la pequeña empresa es la protagonista", (García-Gutiérrez Fernández; *et al*", 2006).

En los años 80, gracias al desarrollo de la sociología empresarial y, una vez comprendida la empresa como "una organización de personas", las redes adquieren un nuevo valor, (García Canal, 2005). A partir de estos años, se empiezan a investigar los conceptos relacionados con la de creación de empresas, la sociología y la dirección estratégica en los que se profundiza en el estudio sobre el papel de las redes en el ámbito empresarial.

La investigación realizada pretende conocer el funcionamiento de las microempresas¹ en el mercado español y la formación de sus redes empresariales, tanto formales como informales, que les permiten, sin tener que perder su pequeña dimensión, incrementar su supervivencia y su crecimiento y contribuir en mayor medida al desarrollo económico del territorio donde se localizan.

Este trabajo desarrolla de forma teórica las razones que dan la importancia al microemprendimiento así, como la necesidad de la existencia de redes de cooperación que faciliten dicho emprendimiento. También expone un estudio empírico compuesto de dos partes. La primera parte es un estudio de campo que utiliza técnicas de estadística descriptiva, analizando una muestra de microempresas. La segunda parte del estudio empírico pretende relacionar variables, por pares y mediante un análisis estadístico de correlaciones, interpretando las relaciones que se dan entre ellas. Las variables que se han analizado son la cooperación mediante redes con la actualización tecnológica, el desarrollo local de la microempresa, el crecimiento y la actividad de la misma.

¹ La Comisión Europea define microempresa como aquella que tienen menos de 10 trabajadores, un límite de dos millones de euros en balance general y un límite de dos millones para la cifra de negocios, disponible en <http://www.ipyme.org/IPYME/es-ES/EmpleadoresCreacionEmpresas/nuevaDefinicionPYME.htm>. (Consulta: 7 de mayo del 2009).

Por último, se presentan las conclusiones extraídas así como las fuentes bibliográficas que han apoyado este trabajo.

2. LA IMPORTANCIA DEL MICROEMPREDIMIENTO PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL REGIONAL

A principios del siglo pasado, Joseph Schumpeter (1975) introdujo dos ideas revolucionarias a las que denominó: *destrucción creativa* y *acumulación creativa*. La diferencia determinante entre estos dos conceptos es el papel y el tamaño de las empresas protagonistas de ambos fenómenos. En el proceso de destrucción creativa los protagonistas son los nuevos empresarios que juegan un papel fundamental en un mercado caracterizado por barreras de entrada bajas y por la creación de nuevas empresas, capaces de desplazar del mercado a las empresas menos productivas. Sin embargo, en el proceso de acumulación creativa los protagonistas son las grandes empresas que interactúan en mercados con importantes barreras de entrada.

Para Schumpeter, las nuevas empresas surgen en grupos o en racimos, impulsadas por las innovaciones, en medio de una lucha de lo nuevo contra lo viejo donde finalmente predominan las nuevas empresas con buenas ideas, impulsando el crecimiento económico por medio de la inversión capitalista. A este proceso de creación, constitución y mantenimiento de empresas de pequeña dimensión se le denomina microemprendimiento, (García- Gutiérrez Fernández, 1998). Las principales características del microemprendimiento han sido definidas por diferentes autores y se pueden resumir en, (García-Gutiérrez Fernández; Lejarriaga Pérez de las Vacas; Fernández Guadaño y Martín López, 2006):

- Actividad generalmente de carácter local.
- Capacidad de adaptación al entorno y, en particular, a unos mercados en que los cambios tecnológicos son frecuentes y relevantes.
- Capital modesto con base en el ahorro personal o familiar.
- Identificación entre trabajadores e inversores y, por consiguiente, propietarios de los medios de producción.
- Pequeña dimensión empresarial.
- Propiedad individual o asociativa.

Desde la década de los noventa se han multiplicado los estudios que se centran en evidenciar la relación entre la aparición de nuevas empresas con el crecimiento económico (Davidsson *et al*., 1994, Andretsch y Thurik, 1998), (las oportunidades emprendedoras son los principales conductores del crecimiento según Wennekers, Van Stel y Thurik, 1999), con la innovación tecnológica y renovación del tejido productivo (Reynolds, 1987) y con la reducción en el nivel de desempleo (Layard, R., Nickell, S. y Jackman, R, 1994). También existen evidencias del impacto favorable que tienen las nuevas empresas en el desarrollo y el crecimiento económico (Reynolds *et al.*, 2002; Andretsch y Keilbach, 2004a,b,c, 2005; Andretsch *et al.*, 2006; Plummer y Acs, 2005; Acs y Varga, 2005), sin embargo hay posturas contrapuestas sobre la incidencia del desempleo en la creación de empresas. Algunos autores que argumentan la relación positiva entre el desempleo y el emprendimiento debido a la aparición de un amplio conjunto de desempleados con aptitudes para convertirse en empresarios (Andretsch y Thurik, 2000). Sin embargo, desde una perspectiva global, una elevada tasa de desempleo puede influir negativamente en los niveles de creación de empresas debido al descenso en las oportunidades de negocio que conlleva una economía en recesión o con bajas tasas de crecimiento. De igual forma, reducidas tasas de desempleo pueden estimular el fenómeno emprendedor ya que es un rasgo propio de economías dinámicas y con amplias posibilidades de negocio (Andretsch y Thurik, 1998).

Es interesante citar también los estudios a nivel internacional realizados por Reynolds (1996) y Garofoli (1994) en los que se demuestra que el aumento en el número de habitantes posee un intenso impacto en los niveles de creación de empresas y de autoempleo. Este hecho posiblemente refleje un aumento de la demanda y esto favorece la aparición de microempresas encargadas de satisfacerla.

En el ámbito nacional resaltan los escritos de Callejón y Segarra (2002) en los que, siguiendo la línea de estudio de Baumol (1990), señalan la importancia de la calidad de la creación de las nuevas empresas, clasificándolas en productivas, improductivas y destructivas, sugiriendo con esto la importancia de la supervivencia empresarial. Otros trabajos, en cambio, explican los procesos de entrada, selección empresarial, supervivencia y eficiencia dinámica, combinando datos de autoempleo, innovación y creación de empresas entre otras variables, destacando en este campo: Segarra y Arauzo (2002), Callejón y Segarra (1999), Callejón (2003), López-García y Puente (2006), Moyano *et. al* (2005), Urbano (2005), Andretsch y Callejón (2004), Aranguren (1999), entre otros.

En el sistema económico actual, caracterizado por la sociedad de la información, la productividad no depende únicamente del incremento cuantitativo de los factores de producción sino también de la aplicación de conocimientos e información a la gestión, producción y distribución, tanto en los procesos como en los productos (Borja y Castells, 1997). Van Stel (2005) al respecto, añade que las telecomunicaciones y la revolución digital han disminuido drásticamente los costes del capital e información, con lo cual la apropiación de conocimiento es más sencilla para las PYMES, por ello, la importancia del microemprendimiento no se debe sólo a su capacidad de generar puestos de trabajo, valor añadido...etc. sino también a su influencia para el desarrollo territorial, (Albuquerque, 2004 y Schujman, 1992). Así en las zonas rurales, donde el tejido empresarial es escaso y está aislado, la creación de microempresas apoya el desarrollo del territorio en que se localicen, favoreciendo la llegada de la información, conocimientos, modernidad y actualización, así como un mayor dinamismo en la zona, (Bel Durán; Fernández Guadaño y Miranda García, 2005).

En este sentido, las microempresas son las protagonistas del desarrollo económico de un país. La inmensa mayoría de las empresas que operan en cualquier sistema económico (véase el caso español, tabla 1) son empresas con plantillas de menos de 10 trabajadores.

Tabla 1. Tejido empresarial español (2007).

Tipo de empresas según número de asalariados	Número de empresas	Porcentaje
0 a 9 (microempresas)	3.137.463	94,04
10 a 199	193.121	5,78
Más de 200.	6.073	0,18
Total	3.336.657	100

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), datos extraídos del DERCE, información disponible en: <http://www.inec.es/inecbase/igi/usi7M%20por%20ciento2F07%20por%20ciento2F01&O=inecbase&N=851>. (Consultar: 21 de agosto del 2008).

Para explicar la contribución de las microempresas al desarrollo regional se pueden dar algunos datos; las pequeñas y medianas empresa en España generaron en un año cerca del 40 por ciento del valor añadido bruto total, porcentaje superior a la media de países de la Unión Europea (Europa de los 15, antes de la incorporación de los últimos 10 países). (Observatorio

de la Pequeña y Mediana Empresa, 2003) y más de la mitad del total de empleos generados en España fue creado por las microempresas. Esta cifra es lejana al 39,7 por ciento de la media de la Unión Europea (antes de la incorporación de los 10 últimos miembros) y del 25,2 por ciento de Irlanda. Solo Italia y Grecia superan en porcentaje esta proporción, ambos con un 56,8 por ciento. Otros datos señalan que el 25 por ciento de la población activa está trabajando en la pequeña empresa que es aquella compuesta por más de 10 y menos de 50 trabajadores. A partir de estos datos, siguiendo la línea explicativa de García Pérez de Lema (2002) se puede deducir que la microempresa ayuda al desarrollo social y económico del territorio en el que tiene su actividad mediante la creación de puestos de trabajo.

3. NECESIDAD DE LAS REDES DE MICROEMPRESAS PARA EL DESARROLLO REGIONAL

La supervivencia de las empresas en el mercado depende de muchos factores, entre ellos, el tamaño. Hay que tener en cuenta que existe una relación positiva entre tamaño y probabilidad de supervivencia, de tal forma que la vía del crecimiento es la estrategia más efectiva para la conservación y estabilidad de las nuevas empresas, que buscan adaptarse lo más rápidamente posible a los cambios del entorno y que intentan conseguir una posición cada vez más estable dentro de su sector (Audretsch, 1991; Audretsch y Mahmood, 1991, 1995; Callejón y Segarra, 2000; Segarra *et al.*, 2002, entre otros). Por estos motivos, una de las alternativas que se proponen en este trabajo para que la pequeña empresa pueda adquirir es la cooperación con otras pequeñas empresas formando redes.

La red de empresas es una forma de concentración empresarial sin vinculación patrimonial llevada a cabo mediante la cooperación empresarial. Las principales características son (García Canal, 2003):

- Racionalización de las líneas de negocio de la microempresa. Ante la complejidad organizativa que origina la expansión de la microempresa, así como la presión de la competencia, las microempresas limitan su diversificación a un conjunto de negocios relacionados y manejables.
- Creación de alianzas estratégicas. Estas permiten, según Solé Parellada y Bramanti (2001), acceder a nuevos mercados y tecnologías con mayor rapidez y menor desembolso de capitales que en el caso de las actividades de internacionalización o investigación y desarrollo realizadas exclusivamente por la empresa.

- Adelgazamiento organizativo y gestión horizontal. El menor número de actividades que se realizan internamente así como el dinamismo que deben mantener las empresas hacen innecesaria, incluso desaconsejable, la centralización y proliferación de mandos intermedios.

Cano López (2002) caracteriza a las redes por la presencia de un conjunto de empresarios interdependientes y coordinados entre sí por relaciones duraderas que, con independencia de su naturaleza y contenido, no se cuestionan de forma sistemática sometiendo al juego de la competencia en el mercado.

En las dos últimas décadas están apareciendo cambios de carácter económico, social y demográfico que han incidido en el aumento del flujo de trabajadores hacia la pequeña y mediana empresa. Si a esto se añade que el crecimiento del sector terciario de la economía ha supuesto un incremento de las actividades prestadas en régimen de autonomía y que los nuevos sistemas de organización de la producción han dado lugar a la aparición de nuevas formas de trabajo autónomo, se puede afirmar que la formación de redes puede proporcionar una forma flexible de crecimiento de las pequeñas unidades de producción, (García-Gutiérrez Fernández y Fernández Guadaño, 2005).

Las estructuras en red suponen una revolución en las relaciones de la microempresa con el exterior que ahora pasan a ser de tipo cooperativo y que exigen nuevas formas de coordinación a la hora de organizarse. Sin embargo, las redes también suponen una revolución en la organización interna. Según Cabaleiro Casal (2001), las empresas están cambiando sus políticas de crecimiento económico, orientándose hacia la descentralización de actividad mediante acuerdos de cooperación que les permiten alcanzar mayor flexibilidad, es decir, se tiende a acometer procesos de concentración sin centralización. Se trata de un cambio de orientación en las estrategias de concentración, conjugando las variables tamaño y eficiencia empresarial.

A pesar de todos los estudios realizados sobre la conveniencia de las redes para el progreso empresarial, sobre todo de la pequeña empresa, hay pocos estudios que analicen las redes de cooperación empresarial como un instrumento que facilite el crecimiento económico y el desarrollo regional, entre ellos, Esparcia Pérez, Noguera Tur y Ferrer San Antonio (2003), los cuales estudian el papel de la innovación y las redes empresariales como factores

emergentes del desarrollo territorial y Méndez (2001) que además de relacionar los conceptos de innovación, redes empresariales y desarrollo regional centra el estudio en la pequeña empresa.

4. ESTUDIO DE CAMPO SOBRE LAS REDES DE MICROEMPRESAS EN ESPAÑA

4.1 Objetivo

El presente trabajo pretende proporcionar un mayor conocimiento del fenómeno del microemprendimiento y de la formación de redes empresariales así como su contribución al desarrollo regional. Para conseguirlo se ha analizado:

- La representatividad de las redes de microempresas en el territorio español.
- Las características organizativas y financieras de las redes de microempresas.
- Si las redes de cooperación empresarial pueden ser una forma organizativa eficiente para el futuro de la microempresa.
- Si las redes de cooperación ayudan a las microempresas a actualizarse tecnológicamente y a la innovación, favoreciendo la modernidad y el desarrollo tecnológico de la región.
- Si las redes de microempresas pueden ayudar a la microempresa a aumentar su ciclo de vida en el mercado, incrementando su competitividad, su capacidad para generar empleo, su productividad y, por ende, contribuir al crecimiento económico de la región.

Tabla 2. Ficha técnica del estudio de campo.

Población	
Unidades de muestreo	Microempresas
Población total	3,137.463
Tipo de población	Infinita
Elementos del muestreo	Microempresarios encuestados
Alcance	Nacional
Tiempo	Mayo 2006- Mayo 2007
Muestreo	
Elección de las empresas a encuestar	Aleatoria
Nivel de confianza	95%
Tamaño muestral	400

Tipo muestra	Estratificada y proporcional a la población
Tipo de encuesta	Personales y telefónicas
Número de llamadas emitidas	2.731
Encuestas recibidas	400
Tasa de respuesta	100%

Fuente: elaboración propia.

4.2 Metodología

El estudio de campo consiste en un análisis descriptivo de la población a estudiar mediante una muestra elegida. Para la obtención de los datos se ha utilizado la técnica de la encuesta. La población a analizar son las 3,137.463 (tabla 1) microempresas que forman el tejido empresarial español.

El tamaño de la muestra elegido es de 400 microempresas, calculado según la ley de los números grandes de Bernuilli (Dunham, 1993) para poblaciones infinitas (más de 100.000 elementos) con un valor de confianza del 95 por ciento y un margen de error del 0,5 por ciento, en el que la probabilidad a favor y en contra será del 50 por ciento, (Miguel París, 1997).

Fórmula

$$n = \frac{z^2}{e^2} \cdot p \cdot q \Rightarrow n = \frac{2^2}{0,05^2} \cdot 0,5 \cdot 0,5 = 400 \quad (1)$$

A partir de la revisión de la literatura sobre las microempresas y su cooperación mediante redes se ha elaborado un cuestionario que consta de veinticinco preguntas cerradas. Estas preguntas versan sobre el capital social de la microempresa en el momento de constitución, el número de asalariados, el número de socios, la forma jurídica, las perspectivas de futuro de la microempresa, pertenencia a redes...etc. En el caso de pertenecer a una red, se les ha preguntado a cerca de la misma, en concreto; información sobre el tipo de red, las ventajas que ofrece, las tecnologías de la información incorporadas, la participación o no en la gestión y en la creación de la red... etc. Por último se les ha preguntado sobre su opinión con respecto las redes de microempresas; su preferencia por pertenecer a otra red y su pensamiento sobre si en el futuro la pequeña empresa se organizará mediante redes.

Las encuestas se han realizado de forma personal y telefónica, y los teléfonos y otra información de contacto se ha obtenido utilizando la base de datos "Sistema de Análisis de Balances Ibéricos" (SABI)². Se han emitido 2.731 llamadas telefónicas y se han realizado 9 encuestas mediante entrevistas personales.

El muestreo es estratificado y proporcional al número de microempresas que forman la población según su sector de actividad y según la Comunidad Autónoma a la que pertenecen.

Tabla 3. Procedencia de las microempresas encuestadas.

Sectores productivos	Industria	Transporte	Distribución	Construcción	Servicios	Hostelería	Total
Comunidades Autónomas							
Andalucía	3	4	19	7	20	6	59
Aragón	2	2	2	2	3	2	13
Asturias	1	1	2	1	3	1	9
Baleares	2	1	2	2	4	3	14
Canarias	1	1	4	2	6	2	16
Cantabria	1	1	1	1	1	1	6
Castilla y León	1	1	5	3	6	2	18
Castilla - La Mancha	1	1	4	3	4	1	14
Cataluña	5	5	16	10	28	5	69
Comunidad Valenciana	3	2	12	6	15	4	42
Extremadura	1	1	3	1	2	1	9
Galicia	1	2	7	3	7	3	23
Madrid	3	4	13	7	28	4	59
Murcia	1	1	3	2	3	2	12
Navarra	1	1	1	2	2	2	9
País Vasco	1	2	5	3	7	1	19
La Rioja	1	1	1	1	1	1	6
Ceuta y Melilla	0	0	1	0	1	1	3
Total	29	31	101	56	141	42	400

Fuente: elaboración propia.

² Base de datos sobre empresas privada de ámbito nacional y Portugal.

La elección sobre qué microempresas han sido encuestadas ha sido al azar, mediante una elección probabilística aleatoria simple. Cada elemento de la población tiene una probabilidad de selección conocida y equitativa (Malhotra, 2004).

Una vez recogidas las respuestas de los cuestionarios se han organizado y registrado en una hoja de cálculo para su posterior codificación, tabulación y tratamiento estadístico mediante el programa “*Soluciones Estadísticas de Productos y Servicios*” (SPSS) para el análisis de resultados.

En este trabajo se han utilizado técnicas e instrumentos de estadística descriptiva y se ha realizado un análisis de independencia y asociación de las variables consideradas más importantes para el objeto de estudio.

4.3 Resultados obtenidos

4.3.1 Descripción del objeto de estudio

La formación de redes de microempresas no es un fenómeno muy estudiado al igual que tampoco es una opción que se planteen muchos microempresarios españoles. Según el estudio realizado, tan solo el 7,75 por ciento de los microempresarios encuestados pertenece a redes de empresas.

Tabla 4. Pertenencia a una red de empresas.

Pertenencia a redes	Porcentaje
No	92,25
Si	7,75

Fuente: elaboración propia

Sin embargo, este bajo porcentaje contrasta con el 49,50 por ciento de los microempresarios que opinan que la microempresa en el futuro se organizará mediante estas redes de cooperación. Esto puede deberse a que muchos de los microempresarios españoles desconocen la existencia de estas redes y su funcionamiento. De hecho, durante la elaboración de las entrevistas, en frecuentes ocasiones, había que explicar al encuestado el concepto de red de empresas ya que muchos asociaban el término red con el de INTERNET únicamente.

Este desconocimiento y falta de formación empresarial puesto de manifiesto hace que los microempresarios se pierdan muchas de las oportunidades y ventajas que ofrece el pertenecer a una red de empresas como el acceso a recursos económicos y de información (acceso a las tecnologías de la información y comunicación), que ayudan al desarrollo de las microempresas y de sus regiones.

Tabla 5. Perspectivas sobre la futura organización.

Cree que en el futuro la organización de las microempresas será mediante redes	Porcentaje
No	45,00
Si	49,25
No/No	5,75
Total	100

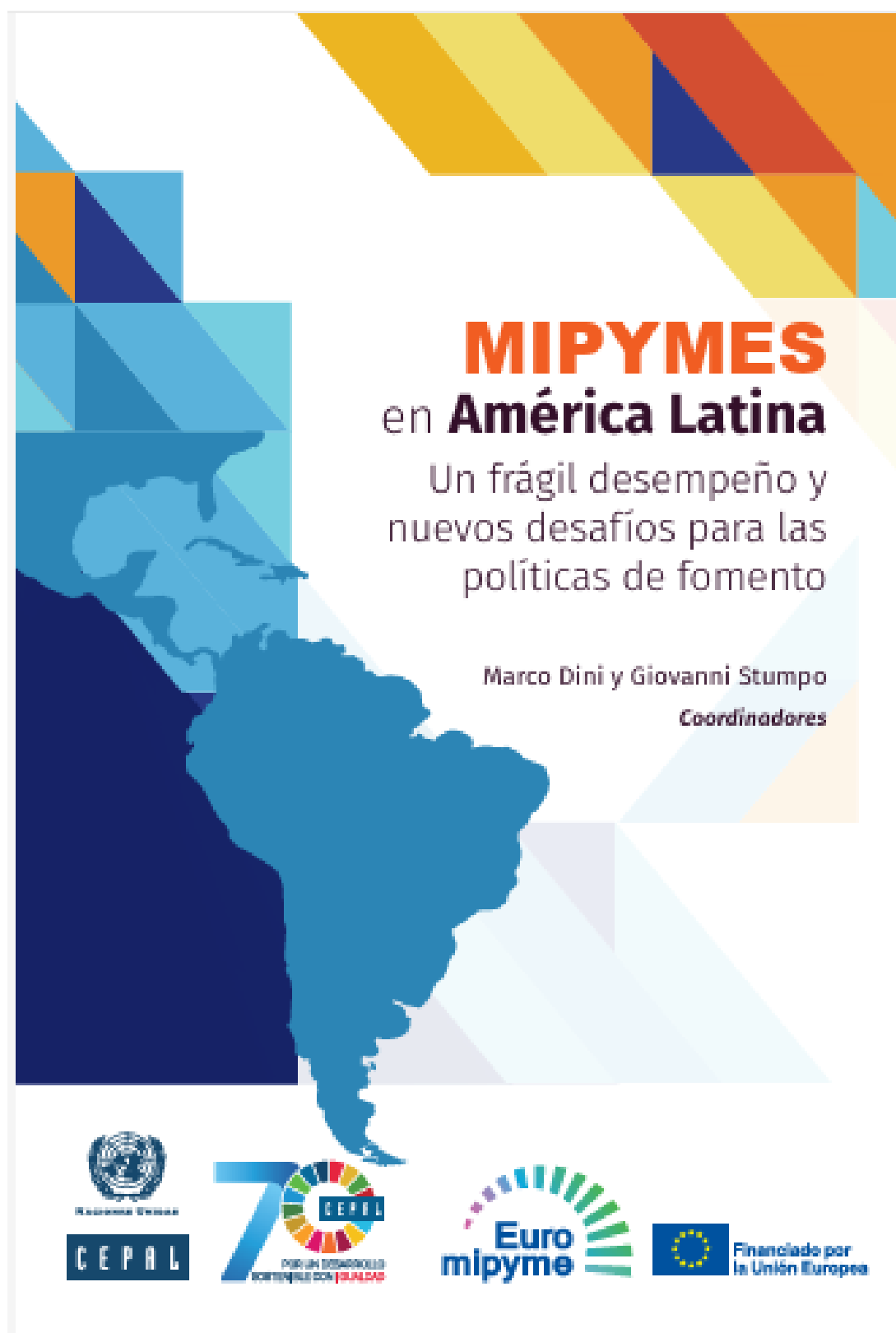
Fuente: elaboración propia.

El 74 por ciento de los empresarios de las microempresas encuestados, cuyas microempresas pertenecen a redes, afirma que una de las principales ventajas que ofrece la red son las económicas. A este dato hay que añadir que el 64 por ciento de los empresarios de las microempresas encuestados, cuyas microempresas pertenecen a redes, dice que una de las ventajas que les ofrece la red es el acceso a información sobre el mercado. Esto les permite poder actuar y anticiparse a problemas y a oportunidades que puedan surgir.

Tabla 6. Ventajas que ofrece la red a la microempresa.

Ventajas que ofrece la red	Porcentaje
Económicas, sociales y de información	22,58
Económicas	22,58
Información	19,35
Económicas y sociales	9,68
Económicas y de información	12,90
Sociales y de información	3,23
Otras	3,23
Económicas, sociales, de información y otras	6,45
Total	100

Fuente: elaboración propia.



Alicia Bárcena
Secretaría Ejecutiva

Mario Cimoli
Secretario Ejecutivo Adjunto

Raúl García-Buchaca
Secretario Ejecutivo Adjunto
para Administración y Análisis de Programas

Ricardo Pérez
Director de la División de Publicaciones y Servicios Web

Esta publicación fue elaborada en el marco del proyecto “Mejores políticas para las micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina (ELURCOMIPYME)”, financiado por la Unión Europea.

Los estudios que permitieron la elaboración de la presente publicación se realizaron entre 2016 y 2018.

Los editores agradecen a los integrantes de la División de Desarrollo Productivo y Empresarial de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) que han contribuido a la realización del presente libro: Álvaro Cárdenas, Nicolás Gilgo, Jorge Miranda y María Cecilia Plomer, de la Unidad de Inversiones y Estrategias Empresariales, por los comentarios realizados a las versiones preliminares de los diferentes capítulos, y Francisca Lira, por la diagramación de la publicación.

Las opiniones expresadas en este documento, que no ha sido sometido a revisión editorial formal, son de exclusiva responsabilidad de los autores y pueden no coincidir con las de las organizaciones.

Publicación de las Naciones Unidas
ISBN: 978-92-1-121987-6 (versión impresa)
ISBN: 978-92-1-058625-2 (versión pdf)
ISBN: 978-92-1-358092-9 (versión ePub)
LC/T.S.2018/75

Distribución L
Copyright © Naciones Unidas, octubre de 2018
Todos los derechos reservados
Impreso en Naciones Unidas, Santiago
S.18-00707

Esta publicación debe citarse como: M. Díaz y G. Stampo (coords.), “Mipymes en América Latina: un trágico desempleo y nuevos desafíos para las políticas de fomento”, *Documento de Trabajo* (LC/T.S.2018/75), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2018.

La autorización para reproducir total o parcialmente esta obra debe solicitarse a la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), División de Publicaciones y Servicios Web, publicaciones.cepal@un.org. Los Estados Miembros de las Naciones Unidas y sus instituciones gubernamentales pueden reproducir esta obra sin autorización previa. Solo se les solicita que mencionen la fuente e informen a la CEPAL de tal reproducción.

Prólogo

El mundo está experimentando cambios importantes en los ámbitos geopolítico, económico y tecnológico, que afectan las posibilidades de crecimiento de la región y, al mismo tiempo, generan nuevos espacios que pueden ser aprovechados. El lento crecimiento económico, el menor dinamismo del comercio internacional, la aceleración de la revolución digital —que está modificando los patrones de consumo y de producción en todo el mundo— y las nuevas demandas globales vinculadas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible representan desafíos y oportunidades para que los países de América Latina puedan encontrar un nuevo estilo de desarrollo más justo y sostenible.

Las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) no pueden quedar al margen de este proceso. Más aún, su peso en el tejido productivo (el 99% de las empresas formales latinoamericanas son mipymes) y en el empleo (el 61% del empleo formal es generado por empresas de ese tamaño) las vuelve un actor central para garantizar la viabilidad y eficacia de la transformación generadora de una nueva dinámica de desarrollo que permita un crecimiento económico más rápido y continuo, que al mismo tiempo sea incluyente y sostenible.

Las instituciones de apoyo que llevan a cabo programas de fomento orientados a estimular el desarrollo de las mipymes deben tomar en cuenta estos elementos y analizar su experiencia preguntándose qué debe hacerse para garantizar la integración de estas empresas en los procesos de transformación productiva y tecnológicos en curso. Este libro, que nace en el marco del proyecto EUROMIPYME, fruto de la cooperación entre la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y la Unión Europea, tiene por objeto precisamente contribuir a esta reflexión partiendo de un análisis del desempeño de las micro, pequeñas y medianas empresas de la región y de la evolución experimentada por las políticas e instituciones de apoyo en una decena de países latinoamericanos en los últimos 15 años. Tomar como punto inicial el reconocimiento

de los logros, innovaciones y avances que se han consolidado y la precisa identificación de las debilidades que aún persisten en las estrategias de fomento permite sentar las bases para una reorganización de las políticas de apoyo.

En el período considerado en este libro, los países de la región han realizado esfuerzos significativos para apoyar a las empresas de menor tamaño. Casi no hay legislación nacional que no reconozca el papel relevante de las mipymes y que no considere alguna medida tributaria o administrativa que permita a estas empresas formalizarse a menor costo o de forma más expedita. De la misma manera, en el período analizado se crearon instrumentos y programas de apoyo que abarcan nuevos desafíos o nuevas metas, por ejemplo, los destinados a estimular la empresarialidad. También debe reconocerse que, si se consideran de manera agregada los subsidios, los créditos, los regímenes especiales de tributación y las empresas públicas orientadas a las mipymes, los recursos monetarios dirigidos hacia esas empresas han sido significativos y, en algunos casos (las líneas de crédito para inversiones de la Argentina, el régimen tributario especial del Brasil, los fondos no retornables de Chile), han alcanzado porcentajes elevados del producto interno bruto de los países respectivos.

Aun así, los resultados alcanzados no son suficientes y el desempeño de las empresas de menor tamaño causa una muy justificada preocupación, especialmente si se evalúa a la luz de las profundas transformaciones que están sacudiendo las dinámicas competitivas internacionales. En muchos aspectos las mipymes latinoamericanas todavía presentan, con limitadas excepciones, las debilidades y fragilidades que las han caracterizado durante décadas: continúan al margen de los mercados más dinámicos y su contribución a las exportaciones sigue siendo extremadamente limitada; participan de forma marginal en relaciones productivas más dinámicas con grandes empresas, y raramente se integran en modelos asociativos con otras empresas para generar economías de escala y bienes colectivos. Asimismo, no logran acelerar su proceso de innovación y los procesos de producción continúan operando con tecnología obsoleta o escasamente productiva.

Todo eso reclama un bajo desempeño de las mipymes, cuyo indicador más significativo es la persistencia de una gran brecha de productividad laboral respecto a las empresas grandes que, en el caso de las microempresas, es hasta siete veces mayor que la observada en los países de la Unión Europea. Esta heterogeneidad de los agentes productivos afecta su integración y, por esta vía, su capacidad de aprendizaje y dinamismo. El por qué las políticas y los programas de fomento implementados no han logrado incidir en esta realidad —a pesar de los avances que han producido— es el objeto central de este libro.

Los principales problemas y debilidades detectados en la investigación se refieren a tres aspectos:

- La institucionalidad de fomento sigue siendo frágil en muchos países. Con pocas excepciones, no hay entidades públicas especializadas que logren desarrollar estrategias de largo plazo, y la participación del mundo empresarial en el diseño e implementación de las políticas es aún muy esporádica e incipiente.
- Falta una visión estratégica sobre el rol de las mipymes en la transformación productiva, lo que hace muy difícil la integración de las acciones de apoyo a

I. Mipymes y heterogeneidad estructural en América Latina

Felipe Correa, Valentina Lelva y Giovanni Stumpo

Introducción

Las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) son un componente fundamental del tejido empresarial en América Latina. Esta importancia se manifiesta en varias dimensiones, como su participación en el número total de empresas o la creación de empleo. Ello se contrapone a una participación al producto interno bruto (PIB) regional de tan solo el 25%, situación que contrasta con la de los países de la Unión Europea (UE) donde las mipymes alcanzan, en promedio, el 56%.

La comparación con la Unión Europea es significativa, porque en los países que forman parte de esa comunidad de Estados las mipymes constituyen un componente fundamental, dinámico e integrado de la estructura productiva, y las políticas implementadas para esas empresas han sido consideradas, en más de una oportunidad, una referencia para las propuestas de fomento en América Latina¹.

La alta contribución al empleo, combinada con la baja contribución a la producción, refleja brechas de productividad mayores entre unidades productivas de diferente

¹ Sobre este tema, véase CEPAL (2012 y 2018a).

tamaño en América Latina que en la UE. La estructura productiva heterogénea y la especialización en productos de bajo valor agregado que caracteriza a América Latina influyen de manera decisiva sobre el desempeño de estas empresas y se manifiesta en la anterior brecha de productividad y en una muy baja participación en las exportaciones.

Estos rezagos en productividad y capacidad exportadora representan uno de los aspectos de la elevada heterogeneidad estructural de las economías de la región (CEPAL, 2010). Dicha heterogeneidad es también una de las causas de la aguda desigualdad social latinoamericana, en la medida en que las elevadas diferencias de productividad (entre sectores y entre empresas) reflejan y refuerzan brechas en capacidades, en incorporación de progreso técnico, en poder de negociación, en acceso a redes sociales y en opciones de movilidad ocupacional ascendente a lo largo de la vida laboral.

En la medida en que las mipymes no sean capaces de superar estas dificultades, los problemas de competitividad persistirán, generando círculos viciosos de bajo crecimiento económico, pobreza y reducido cambio estructural.

Estos aspectos hacen que las mipymes deban tener un rol fundamental en una estrategia que quiera alcanzar desarrollo con igualdad y que estas empresas puedan contar con políticas e instituciones a la altura de ese reto de importancia fundamental para el futuro de la región.

A. Mipymas y desarrollo económico

Un aspecto fundamental de las mipymes latinoamericanas es su heterogeneidad. En primer lugar, encontramos microempresas cuya gestión suele responder a necesidades individuales de autoempleo, y que a menudo se sitúan en una situación de informalidad (bajos niveles de capital humano, dificultad para acceder a recursos financieros externos, escasa internacionalización, realización de actividades con bajos requerimientos técnicos, etc.). En el otro extremo, se encuentran también pymes de alto crecimiento que se caracterizan por tener un comportamiento mucho más dinámico, tanto en facturación como en creación de puestos de trabajo, y cuyo desempeño responde al aprovechamiento de oportunidades de mercado a través de una gestión empresarial eficiente e innovadora². El concepto de tamaño de empresa, por tanto, oculta una realidad muy diversa sobre ese tipo de unidades productivas.

Esta heterogeneidad condiciona el diseño de las políticas relacionadas con estas empresas. La diversidad de empresas que se engloban bajo el concepto de mipyme desaconseja el diseño de una "receta común" para este tipo de agentes.

² La OCDE define empresas de alto crecimiento aquellas firmas que crecieron a un ritmo medio mayor o igual al 20% anual durante el último trienio, partiendo de al menos 10 empleados. Un subgrupo de las empresas de alto crecimiento es el de las "gacelas", conformado por las que tienen hasta 5 años de vida.

Acompañadas de un marco adecuado de políticas, estas empresas, y en particular sus segmentos potencialmente más dinámicos, pueden erigirse en un factor de cambio de las economías latinoamericanas, a través de los siguientes canales:

- Contribuir a aumentar la productividad a través de la introducción de cambios tecnológicos y organizativos. De esa forma, actúan como agentes que fomentan el cambio estructural, ayudando a crear y difundir innovaciones y desarrollar nuevos mercados (CEPAL/OCDE, 2012). Asimismo, la entrada de nuevas empresas fomenta la competencia, introduce nuevos modelos de negocios que desafían los tradicionales creando una turbulencia saludable (destrucción creativa en términos schumpeterianos) que conlleva una búsqueda constante de un uso más productivo de los recursos⁹, contribuyendo a aumentar la productividad agregada de una economía (Altenburg y Eckhardt, 2006).
- Desarrollar un papel importante a la hora de crear aglomeraciones productivas concebidas como una colaboración entre agentes económicos e instituciones en el ámbito local cuyo objetivo es generar un beneficio competitivo.
- Esta interacción conjunta permite a las empresas involucradas alcanzar niveles de producción más elevados, incorporar tecnología más fácilmente, acelerar procesos de aprendizaje y, en definitiva, conseguir un nivel de eficiencia colectiva que no sería alcanzable por una empresa individual (Ferraro, 2010; Dini y Stumpo, 2004).
- Contribuir a la inclusión social al aumentar los ingresos de las microempresas y reducir su vulnerabilidad. Muchas microempresas latinoamericanas se han creado como una estrategia de supervivencia debido a la falta de dinamismo de actividades intensivas en el uso de mano de obra. Con frecuencia, estos segmentos de la población no son pobres, pero integran sectores vulnerables (OCDE, 2012). Su reconversión hacia sectores más dinámicos no está garantizada, porque tomaría bastante tiempo y no necesariamente las personas tienen las capacidades requeridas. Por otro lado, si adecuadamente soportadas por políticas bien diseñadas, las microempresas pueden generar incrementos de ingreso en los estratos más pobres.

B. La Información cuantitativa

La información cuantitativa sobre las mipymes en América Latina es bastante escasa y, a menudo, de mala calidad. Por esta razón es difícil analizar la evolución del desempeño de estas empresas y, a veces, existen problemas para estimar correctamente el peso de las mismas en la producción y el empleo. Esto se debe a las definiciones de mipyme que se

⁹ Por ejemplo, se afirma que el proceso de entrada y salida de empresas ha representado entre un 20% y un 40% del aumento de la productividad laboral en algunos países europeos y en los Estados Unidos (OCDE, 2004). Asimismo, Baldwin (1995) encuentra que entre un 20% y un 25% del crecimiento de la productividad del sector manufacturero en los Estados Unidos se relaciona con este proceso.

utilizan en los países de la región, pero también a la frecuencia y los criterios empleados para recolectar la información.

A diferencia de lo que ocurre en la UE, en América Latina no hay un acuerdo sobre la definición de *mipyme*. En este caso no se trata de buscar rangos homogéneos entre los países de la región. Dadas la ausencia de un mercado común y de una real integración económica, por un lado, y la existencia de contextos nacionales, económicos y productivos, muy heterogéneos, por el otro, no parece oportuno llegar a la misma definición para cada país de los distintos tamaños empresariales. En cambio, sería deseable poder contar, por lo menos, con criterios parecidos para la identificación de las distintas categorías empresariales. En efecto en la región es posible encontrar criterios basados en el personal ocupado, las ventas anuales (a veces con límites distintos según el sector de actividad económica), valor de los activos y de las exportaciones, a veces combinados entre sí. En algunos casos no existe una definición nacional y se utiliza la de una institución internacional⁴. También puede ocurrir que en el mismo país coexistan varias definiciones de *mipyme*, tradicionalmente una basada en la cantidad de empleados y utilizada por los institutos de estadística y otra que sigue los criterios (ventas, activos, etc.) de las instituciones de fomento a las empresas⁵.

Al mismo tiempo, en la mayoría de los países no hay un registro sistemático de las principales variables que permiten analizar y monitorear las características y el desempeño de las empresas. Dos excepciones importantes son representadas por el Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial⁶ (OEDE) del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Argentina y el Laboratorio de Dinámica Laboral y Empresarial del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) del Ecuador. En ambos casos ha sido construido un sistema de información a partir de registros administrativos que permite un monitoreo permanente de todas las empresas formales del país, así como realizar estudios específicos sobre aspectos que son relevantes para el diseño de políticas (por ejemplo, demografía empresarial y dinámica exportadora de las empresas). En este sentido vale la pena destacar que en las dos experiencias las instituciones a cargo del sistema de información han implementado áreas específicas de estudio para realizar investigaciones relacionadas con el diseño de políticas.

Este segundo aspecto, es decir el desarrollo de la capacidad de análisis, es de gran importancia por dos razones. En primer lugar, porque la creación de un sistema de información adecuado a las necesidades de política de los países es un proceso que requiere mejoras continuas para ajustar las dimensiones de análisis a los requerimientos de los mismos países. De esta manera, utilizando las estadísticas generadas por el sistema, a través de los estudios es posible verificar si el universo ha sido construido correctamente, si las variables incluidas son las que efectivamente se necesitan para fines

⁴ En el caso del Ecuador, por ejemplo, donde los criterios para definir el tamaño empresarial se basan en el artículo 3 de la decisión núm. 702, de 2008, de la Comunidad Andina. Véase [en línea] <http://intratnet.comunidadandina.org/Documentos/decisiones/DC702.doc>.

⁵ Para un análisis más profundo del tema véanse Stumpo (2007) y Kuites y Goldstein (2011).

⁶ Esta experiencia ha nacido a partir de preocupaciones relacionadas con el estudio del mercado de trabajo, sin embargo, la incorporación de una dimensión de análisis vinculada con el desarrollo empresarial ha permitido obtener información sobre las *mipymes* y crear áreas de estudio sobre temáticas relevantes para estas empresas.

Gráfico I.1
América Latina: distribución de las empresas según tamaño, 2016
(En porcentaje)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de datos oficiales.

Cuadro I.1
América Latina: cantidad de empresas según sector de actividad y tamaño, 2016
(En porcentaje)

Sector	Microempresa	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	80	18	2	1	100
Explotación de minas y canteras	68	23	6	3	100
Industria manufacturera	82	14	3	1	100
Suministro de electricidad, gas y agua	70	28	6	4	100
Construcción	76	19	4	1	100
Comercio al por mayor y menor	92	7	1	0	100
Hoteles y restaurantes	89	10	1	0	100
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	83	13	2	1	100
Intermediación financiera	81	14	3	2	100
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	87	10	2	0	100
Enseñanza	76	19	4	1	100
Servicios sociales y de salud	89	9	1	0	100
Otras actividades comunitarias, sociales y personales	95	4	1	0	100
Total	88,4	9,6	1,5	0,5	100

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de datos oficiales.

La presencia de microempresas es mayoritaria en todos los sectores de la economía y en algunos casos supera el 90% del total de las empresas: por ejemplo, en el comercio y en las "Otras actividades comunitarias, sociales y personales". En particular en el caso del comercio, se puede observar que se trata del sector en el cual se concentra la

¹ Esta categoría incluye sectores de bajo valor agregado como la recolección y tratamiento de desperdicios provenientes de hogares y unidades industriales, actividades de asociaciones profesionales, políticas y sindicales, actividades deportivas. Pero, al mismo tiempo abarca también la cinematografía, radio y televisión y otras actividades de entretenimiento.

mayor cantidad de microempresas formales. Las bajas barreras a la entrada favorecen en este caso la proliferación de empresas de tamaño muy reducido que, en muchos casos responden más a estrategias de autoempleo y sobrevivencia económica, que a un verdadero proceso de desarrollo empresarial.

Una cantidad importante de pymes también está presente en ese sector, sin embargo, en el caso de estas empresas la industria, en particular para las empresas medianas, y las "Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler", concentran una cantidad importante de unidades productivas.

Cuadro 1.2
América Latina: cantidad de empresas según tamaño y sector de actividad, 2016
(En porcentajes)

Sector	Microempresa	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	2	4	5	4	3
Explotación de minas y canteras	0	0	1	1	0
Industria manufacturera	9	14	19	32	16
Suministro de electricidad, gas y agua	0	0	1	2	0
Construcción	3	7	9	7	3
Comercio al por mayor y menor	42	31	23	31	41
Hoteles y restaurantes	8	8	4	2	8
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	5	7	8	8	5
Intermediación financiera	1	2	3	6	1
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	12	13	13	12	12
Enseñanza	2	4	6	6	3
Servicios sociales y de salud	4	4	4	4	4
Otras actividades comunitarias, sociales y personales	11	4	4	4	10
Total	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de datos oficiales.

La cantidad de empresas formales en la región se había incrementado en un 11% entre 2009 y 2013, sin embargo, el estancamiento y caída del PIB en los tres años siguientes ha llevado a una reducción del -4,1% del número de empresas. La fuerte orientación de las microempresas en sectores dependientes de la demanda interna y con bajas barreras a la entrada y salida, hizo que la caída mencionada haya sido mucho más acentuada para esas empresas (-4,7%) en comparación con las pymes (-1%) y las grandes empresas (-0,4%).

El resultado final del cambio de los escenarios macroeconómicos en los países se refleja en una reducción del peso relativo de las microempresas y en un aumento del porcentaje de pymes entre 2009 y 2016 (véanse los gráficos 1.1 y 1.2).

Gráfico 1.2

América Latina: distribución de las empresas según tamaño, 2009

(En porcentaje)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de datos oficiales.

En relación con la Unión Europea, las diferencias más relevantes se refieren al mayor peso relativo de las microempresas formales y a la consecuente menor participación de las otras categorías de empresas, incluyendo a las grandes empresas que en América Latina son el 0,5% del total, mientras que en la Unión Europea alcanzan el 0,2%.

Gráfico 1.3

Unión Europea: distribución de las empresas según tamaño, 2016

(En porcentaje)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de datos oficiales.

La participación de los *micro* en el empleo formal es relevante en América Latina y este es seguramente uno de los aspectos mencionado con mayor frecuencia para justificar las políticas de fomento en favor de esas empresas (véase el gráfico 1.4).

Gráfico 1.4
América Latina: participación de las empresas en el empleo, 2016
 (En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de datos oficiales.

Entre 2009 y 2016 no se aprecian cambios relevantes en la distribución del empleo entre las distintas categorías de empresas. Sin embargo, vale la pena observar que las grandes empresas en América Latina han sido más dinámicas en la creación de puestos de trabajo y han incrementado su participación relativa del 37% al 39%.

Gráfico 1.5
América Latina: participación de las empresas en el empleo, 2009
 (En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de datos oficiales.

Existen diferencias entre los países de América Latina, por ejemplo las mipymes en la Argentina ocupan el 54% de los trabajadores formales, mientras que en México ese valor llega al 67%. Sin embargo, considerando el conjunto de la región más del 60% del empleo formal depende de estas empresas. En particular 1 de cada 3 puestos de trabajo se encuentra en una pyme. Por otro lado, a las microempresas, aunque representen casi el 80% de las empresas de la región, se les puede atribuir solo el 29% del empleo formal, con una clara orientación hacia sectores de baja productividad: más del 50% de los puestos de trabajo de las microempresas se encuentra en comercio y "Otras actividades comunitarias, sociales y personales".

Cuadro I.3

América Latina: distribución del empleo según sector de actividad y tamaño de empresa
(En porcentajes)

Sector	Microempresa	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	17,7	28,9	21,5	30,9	100
Explotación de minas y canteras	9,5	12,4	13,7	67,4	100
Industria manufacturera	15,0	19,9	16,9	51,3	100
Suministro de electricidad, gas y agua	4,7	8,2	9,8	77,3	100
Construcción	15,0	24,8	22,7	37,7	100
Comercio al por mayor y menor	45,2	21,5	9,8	23,5	100
Hoteles y restaurantes	45,7	31,0	9,4	13,9	100
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	17,7	17,8	16,5	48,0	100
Intermediación financiera	13,9	8,7	9,5	68,0	100
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	24,1	17,5	14,2	44,2	100
Enseñanza	9,9	19,5	17,1	53,5	100
Servicios sociales y de salud	22,8	15,2	12,4	49,6	100
Otras actividades comunitarias, sociales y personales	51,5	19,4	11,4	17,7	100
Total	27,4	19,7	14,0	38,8	100

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de datos oficiales.

Cuadro I.4

América Latina: distribución del empleo según tamaño de empresa y sector de actividad
(En porcentajes)

Sector	Microempresa	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	2,8	4,3	4,9	2,8	3,2
Explotación de minas y canteras	0,3	0,4	0,7	1,3	0,7
Industria manufacturera	10,1	15,9	22,2	24,4	18,5
Suministro de electricidad, gas y agua	0,3	0,5	0,8	2,2	1,1
Construcción	3,3	7,6	9,9	5,9	6,1
Comercio al por mayor y menor	41,8	27,3	17,5	15,1	24,9
Hoteles y restaurantes	9,6	9,1	3,9	2,1	5,8
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	4,7	6,6	8,6	9,9	7,3
Intermediación financiera	1,3	1,1	1,7	4,3	2,5
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	12,5	12,7	14,5	16,3	14,3
Enseñanza	2,3	6,1	7,6	8,6	6,2
Servicios sociales y de salud	4,3	3,7	4,3	6,1	4,8
Otras actividades comunitarias, sociales y personales	8,5	4,5	3,7	2,1	4,6
Total	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de datos oficiales.

La participación de las grandes empresas es muy elevada en minería, electricidad, gas y agua e intermediación financiera (véase el cuadro I.3). Estos son los tres sectores de mayor

productividad en América Latina: en comparación con el promedio de la economía, la productividad es nueve veces (minería), cuatro veces (electricidad, gas y agua) y dos veces (Intermediación financiera) mayor (CEPAL, 2010; Correa y Somoza, 2017).

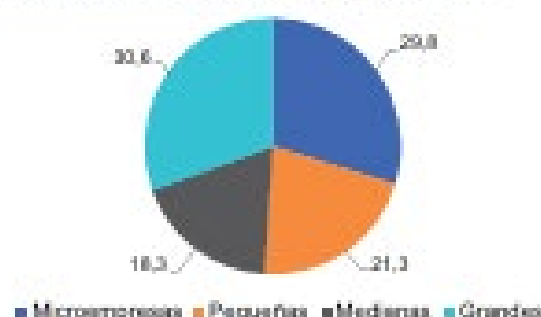
La presencia de estas empresas es importante, en términos de empleo, también en sectores de productividad media¹: industria y transporte y telecomunicaciones. En esos dos sectores, aproximadamente la mitad del empleo se concentra en grandes empresas, mientras que en sectores de baja productividad la participación de las empresas más grandes es bastante menor: por ejemplo, agricultura, comercio y construcción.

De esta manera es posible apreciar una cierta orientación, en América Latina, a la especialización de las empresas de menor tamaño hacia actividades de baja productividad. Eso sugiere una estructura productiva heterogénea en la cual un número reducido de empresas concentran una parte importante del PIB regional, en sectores con una productividad muy elevada, mientras el resto de las empresas se encuentra en actividades cuyo desempeño es bastante pobre. En este sentido vale la pena destacar que, en la región, los tres sectores de alta productividad representan el 26,9% del valor agregado, pero apenas el 8% del empleo total y el 1,8% de las empresas.

Gráfico 1.6

Unión Europea: participación de las empresas en el empleo, 2016

(En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de datos oficiales.

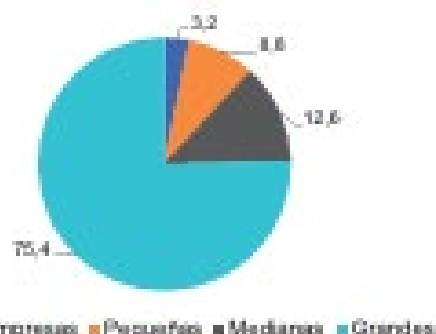
En la Unión Europea la importancia de las mipymes en el empleo formal es aún mayor y alcanza el 69,4%. Sin embargo, no es este el rasgo más importante de las diferencias entre los dos regiones, como se verá más adelante.

La información relativa a la producción muestra con mayor claridad la heterogeneidad presente en la estructura productiva de América Latina. Las mipymes concentran solo el 24,6% de la producción (24,9% en 2009), pese a representar el 61,2% del empleo y el 59,5% de las empresas.

¹ En América Latina se han clasificado como de productividad media aquellos sectores cuya productividad del trabajo es igual o hasta 1,5 veces la productividad promedio del total de la economía (CEPAL, 2010; Correa y Somoza, 2017).

Gráfico 1.7

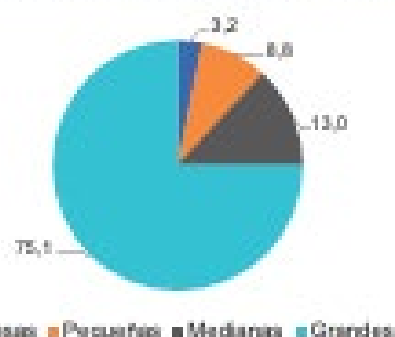
América Latina: participación de las empresas en las ventas o producción, 2016
(En porcentaje)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de datos oficiales.

Gráfico 1.8

América Latina: participación de las empresas en las ventas o producción, 2009
(En porcentaje)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de datos oficiales.

La situación es muy distinta en la Unión Europea, donde las mipymes en 2016 representaban el 56,2% del valor agregado. Las diferencias más grandes entre las dos regiones se pueden observar en el segmento de las microempresas.

En América Latina las microempresas son el 88% de las empresas formales, aportan el 27% del empleo y apenas el 3,2% de la producción. Mientras que en la Unión Europea se trata del 93% de las empresas, el 30% del empleo y el 20% de la producción.

Esta situación refleja las características de las microempresas (y de una parte de las pymes, también) de la región, es decir empresas que operan en mercados locales acotados, que dependen de la evolución de la demanda interna, en sectores con bajas barreras a la entrada y salida, con tasas elevadas de natalidad y mortalidad y que, muchas veces, responden más a estrategias de autoempleo y sobrevivencia que a una dinámica de desarrollo empresarial.

Gráfico 1.9

Unión Europea: participación de las empresas en la producción, 2015
(En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de datos oficiales.

La orientación sectorial de las mipymes, así como su inserción en la estructura productiva que se analizará más adelante, se hace potente en la participación de esas empresas en las exportaciones, donde el dominio de las grandes empresas es aún mayor respecto a la producción (véase el cuadro 1.5).

Cuadro 1.5

América Latina y Unión Europea (siete países): participación de las empresas en las exportaciones, según tamaño
(En porcentajes)

Países / Empresas	Microempresas	Pequeñas	Medianas	Grandes
Argentina ^a	0,3	1,4	6,5	91,8
Brasil ^a	0,1	0,9	9,5	89,5
Chile	-	0,4	1,3	97,9
Alemania	8,0	12,4	18,9	80,7
España	11,1	13,3	32,6	43,1
Francia	17,0	10,3	15,0	57,7
Italia	9,0	10,3	28,0	52,7

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe/Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (CEPAL/OCDE), *Perspectivas económicas de América Latina 2013: políticas de growth para el cambio estructural* (LC/R.2545), París, 2012.

^a Sector industrial.

^b La categoría de pequeñas empresas incluye empresas consideradas especiales, que tienen menos de diez empleados y exportaciones superiores a 2,5 millones de dólares.

Nota: Los años correspondientes son: Argentina, 2009; Brasil, 2011; Chile, 2010; España, 2012; Alemania, Francia e Italia, 2009.

Mientras en los países de la Unión Europea las empresas de menor tamaño pueden llegar a generar más de la mitad de las exportaciones, en América Latina en los escasos casos en los cuales se puede contar con información confiable, las grandes empresas superan fácilmente el 80% de las ventas al exterior.

D. Productividad y heterogeneidad del desempeño

Los aspectos considerados tienen consecuencias muy importantes para la productividad y las perspectivas de crecimiento económico de la región.

La dinámica de la productividad de América Latina ha sido analizada por la CEPAL en muchas oportunidades (CEPAL, 2018b, 2014 y 2010) y la elevada, y por mucho tiempo creciente, brecha de la productividad de la región respecto a la frontera internacional, ha sido evidenciada claramente como uno de los aspectos más problemáticos para el crecimiento económico de América Latina.

En el gráfico 1.10 se puede observar la dinámica de la productividad de América Latina en relación con la productividad de los Estados Unidos de América que representan la frontera tecnológica. Este índice muestra la distancia entre la productividad del trabajo de la región y la de los Estados Unidos (brecha externa).

De esta manera se puede observar que la productividad latinoamericana en 1980 alcanzaba el 36,6% de la de los Estados Unidos. Después de una abrupta caída en los años ochenta y, en menor medida, en los años noventa, la brecha externa se mantiene estable y muy elevada: la productividad relativa oscila entre el 21% y el 22% entre 1999 y 2016.

Gráfico 1.10

América Latina: productividad relativa con respecto a la de los Estados Unidos, 1980-2016
(En porcentajes)

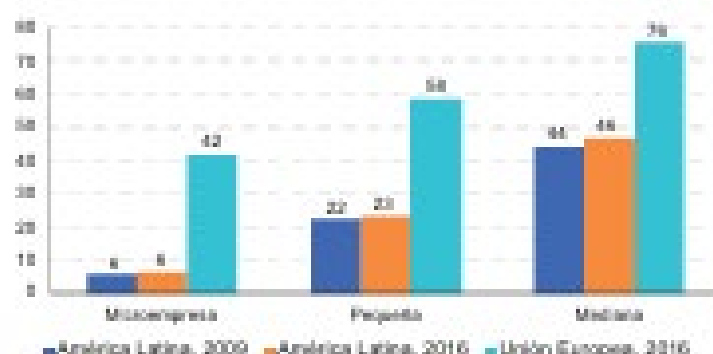


Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de información oficial.

Cuando se considera la dinámica y la composición de la economía, la explicación de esta brecha de productividad se puede encontrar en la concentración de la producción en pocas actividades intensivas en recursos naturales (en la agricultura, la pesca, la minería y algunos sectores industriales) que generan una cantidad muy grande de divisas a través de las exportaciones, pero operan con muy pocas conexiones con el resto de

Gráfico I.11

América Latina y Unión Europea: productividad relativa interna, 2009 y 2016
(En porcentaje)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de datos oficiales.

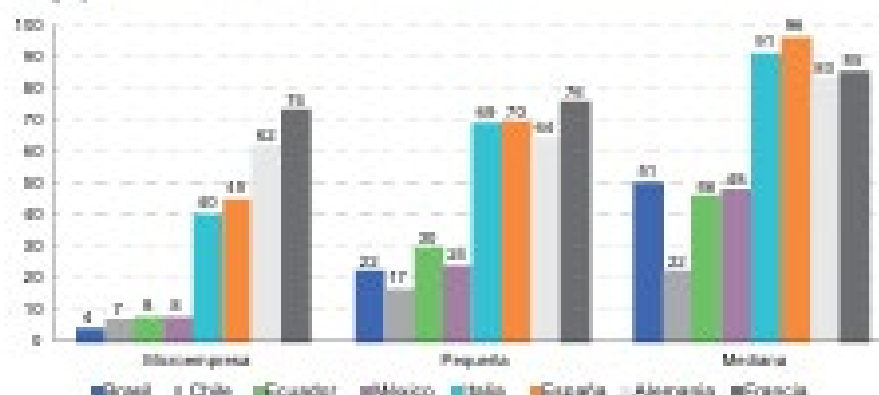
Los valores considerados se refieren al conjunto de las dos regiones y por lo tanto no reflejan las diferencias que existen entre los países. Estas diferencias, en América Latina, son más acentuadas entre las medianas empresas, donde encontramos una productividad relativa interna que va desde el 22% de Chile hasta el 51% del Brasil (véase el gráfico I.12).

En el caso de la Unión Europea han sido consideradas las cuatro economías más grandes en las cuales las mipymes representan más del 50% de las ventas o del valor agregado nacional. En estos países, las diferencias más relevantes se observan en el desempeño de las microempresas, con una productividad relativa interna que varía entre el 40% de Italia y el 74% de Francia.

Por otro lado, al considerar los ocho países incluidos en el gráfico I.12, también se aprecia que las discrepancias mayores se encuentran en el segmento de las microempresas: desde el 4% del Brasil hasta el 74% de Francia.

Gráfico I.12

América Latina y Unión Europea (ocho países): productividad relativa interna
(En porcentaje)



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de datos oficiales.

Nota: Los años correspondientes son: Brasil, Chile y Ecuador, 2010; México, 2011; Italia, España, Alemania y Francia, 2015.

Las elevadas brechas de productividad se reflejan también en los salarios. En este caso la legislación salarial y, más en general la institucionalidad laboral, permiten reducir las diferencias en los salarios entre los distintos tipos de empresas. Igualmente, las brechas salariales son elevadas en América Latina y contribuyen a la desigualdad social que caracteriza a la región (véase el cuadro I.6). En América Latina, los salarios promedio de las mipymes alcanzan aproximadamente el 40% de los salarios promedio de las grandes empresas, mientras que en la Unión Europea llegan al 60%.

Cuadro I.6
América Latina y Unión Europea (ocho países): salarios promedio de las mipymes como proporción de los salarios promedio de las grandes empresas
(En porcentajes)

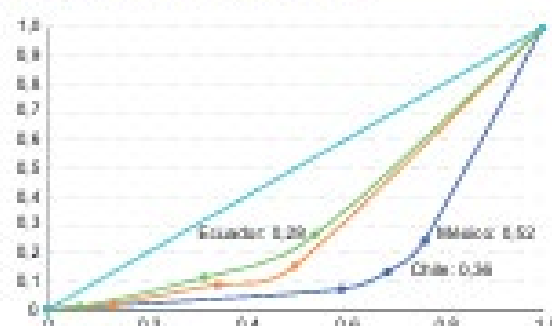
País	Microempresa	Pequeña	Mediana	Mipyme
Argentina	39,5	49,9	63,6	48,2
Brasil	34,5	40,1	60,9	42,2
Chile	19,5	37,8	52,7	37,6
Ecuador	39,2	53,4	69,0	57,9
México	12,8	39,1	60,7	35,0
España	39,8	62,6	79,6	61,4
Francia	55,8	71,6	79,1	67,7
Italia	25,1	62,1	84,3	50,9

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de datos oficiales.

Nota: Los años correspondientes son: Argentina, Brasil, Chile y Ecuador, 2016; México, 2013; Italia, España y Francia, 2015.

La heterogeneidad en el desempeño de las empresas se puede observar también a través de la dispersión de la productividad de cada empresa. Con la información disponible para los países se pueden graficar curvas de Lorenz y hacer cálculos de desigualdad medidos por el coeficiente de Gini, esta vez no de ingresos, sino de productividades.

Gráfico I.13
América Latina (tres países): curva de Lorenz y coeficiente de Gini de las productividades por tamaño de empresa, 2016



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de datos oficiales.

número reducido de grandes empresas controla y genera la mayoría del PIB y casi el total de las exportaciones, mientras que en el otro caso el rol de las mipymes es central para garantizar el funcionamiento de la estructura productiva, la generación de valor agregado y las ventas al exterior de bienes y servicios.

En los diagramas L.1 y L.2 se presenta de forma esquemática la inserción de las mipymes en las dos estructuras productivas.

Diagrama L.1

Unión Europea: inserción de las empresas en la estructura productiva



Fuente: Elaboración propia.

Diagrama L.2

América Latina: inserción de las empresas en la estructura productiva



Fuente: Elaboración propia.



Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento

DOI: 10.26820/recimundo/6.(4).octubre.2022.439-455

URL: <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/1866>

EDITORIAL: Saberes del Conocimiento

REVISTA: RECIMUNDO

ISSN: 2588-073X

TIPO DE INVESTIGACIÓN: Artículo de investigación

CÓDIGO UNESCO: 5311.05 Marketing (Comercialización)

PÁGINAS: 439-455



MIPYMES en el mercado de Ecuador y su rol en la actividad económica

MIPYMES en el mercado de Ecuador y su rol en la actividad económica

As MPMEs no mercado equatoriano e o seu papel na actividade económica

Ruth Yadira Sumba Bustamante¹; Joel Geovanny Pinargotty Loo²; Diego Fernando Pillasagua Choez³

RECIBIDO: 01/08/2022 **ACEPTADO:** 07/10/2022 **PUBLICADO:** 15/11/2022

1. Economista; Magister en Docencia Universitaria e Investigación Educativa; Doctora en Administración; Facultad de Ciencias Económicas; Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador; yadira.sumba@unesum.edu.ec; <https://orcid.org/0000-0003-2620-1129>
2. Profesional en Formación de la Carrera de Administración de Empresas; Facultad de Ciencias Económicas; Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador; pinargotty-joe0306@unesum.edu.ec; <https://orcid.org/0000-0002-8481-8976>
3. Profesional en Formación de la Carrera de Administración de Empresas; Facultad de Ciencias Económicas; Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador; pillasagua-diego2799@unesum.edu.ec; <https://orcid.org/0000-0001-8997-3252>

CORRESPONDENCIA

Ruth Yadira Sumba Bustamante
yadira.sumba@unesum.edu.ec

Jipijapa, Ecuador

© RECIMUNDO; Editorial Saberes del Conocimiento, 2022

RESUMEN

Las micro, pequeñas y medianas empresas son agentes económicos decisivos en la economía mundial, al ser actores centrales en el tejido productivo y social de los países, siendo grandes generadores de empleo, lo cual garantiza una demanda sostenida, estas motorizan el progreso y dan a la sociedad un saludable equilibrio. Sin embargo, existen situaciones que les impide su sostenibilidad en el mercado como son: el poco acceso a la financiación, información limitada, informalidad e inestabilidad política, por lo que se investigó cuál es el rol de las MIPYMES en el mercado actual de Ecuador, concluyendo que las mipymes en el Ecuador representan al 99,55% del tejido empresarial, pero son las microempresas las que representan mayor porcentaje con un 90,78% seguido de las pequeñas con 7,22% y por último las medianas con 1,55%; desarrollándose en su mayoría dentro de los sectores del comercio y de servicios.

Palabras clave: Actividad Económica; Mercado; MIPYMES; Ecuador; Factores.

ABSTRACT

Micro, small and medium-sized enterprises are decisive economic agents in the world economy, being central actors in the productive and social fabric of countries, being great generators of employment, which guarantees sustained demand, these drive progress and give society a healthy balance. However, there are situations that prevent their sustainability in the market such as: little access to financing, limited information, informality and political instability, so it was investigated what is the role of MIPYME in the current market of Ecuador. concluding that MIPYME in Ecuador represent 99.55% of the business fabric, but it is microenterprises that represent the highest percentage with 90.78% followed by small enterprises with 7.22% and finally medium-sized enterprises with 1.55%; developing mostly within the trade and services sectors.

Keywords: Economic activity; Ecuador market; Mipymes.

RESUMO

As micro, pequenas e médias empresas são agentes econômicos decisivos na economia mundial, sendo actores centrais no tecido produtivo e social dos países, sendo grandes geradores de emprego, o que garante uma procura sustentada, estes impulsionam o progresso e dão à sociedade um equilíbrio saudável. Contudo, existem situações que impedam a sua sustentabilidade no mercado, tais como: pouco acesso ao financiamento, informação limitada, informalidade e instabilidade política, pelo que se investigou qual é o papel do MIPYME no mercado actual do Equador, concluindo que o MIPYME no Equador representa 99,55% do tecido empresarial, mas são as microempresas que representam a percentagem mais elevada com 90,78%, seguidas pelas pequenas empresas com 7,22% e finalmente pelas médias empresas com 1,55%; desenvolvendo-se principalmente dentro dos sectores do comércio e dos serviços.

Palavras-chaves: Actividade económica; mercado equatoriano; Mipymes.

Introducción

A escala internacional en los últimos años se ha priorizado el desarrollo de la microempresa por su rol para dinamizar la actividad económica. En ese ambiente las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (MIPYMES) están llamadas a contribuir para resolver un problema social enfocado en el aporte económico, que se genera en el entorno familiar y de pequeñas comunidades, de manera que se puedan estimular los elementos vinculados al desarrollo económico y social con empleos, aportan a la solución de los problemas y las necesidades locales, con capacidad de dinamizar la economía y la gestión comercial de los productos, según la calidad y su demanda en el mercado (Rodríguez & Aviles, 2020).

Las MIPYMES son actores centrales en el tejido productivo y social de los países andinos, siendo grandes generadoras de empleo, usuarias de tecnología intensiva en mano de obra y procesando insumos básicamente nacionales, representan actualmente más del 90% de las empresas en los países de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y generan el 60% del empleo, siendo considerado un sector altamente importante, por su implicación social, constituido básicamente por unidades familiares, siendo los sectores en los que se desarrollan mayormente: manufacturas, textiles, alimentos, bebidas, madera, metalmecánica, entre otros (CAN, 2021).

En razón a lo cual las MIPYMES en América Latina son un componente fundamental del tejido empresarial, lo que se manifiesta en varias dimensiones, como su participación en el número total de empresas o la creación de empleo. Ello se contrapone a su participación en el producto interno bruto (PIB) regional de tan solo el 25%, situación que contrasta con la de los países de la Unión Europea, donde esta cifra alcanza, en promedio el 56%. La comparación con la Unión Europea es significativa, porque en los países que forman parte de esa comu-

nidad de Estados las MIPYMES constituyen un componente fundamental, dinámico e integrado de la estructura productiva para esas empresas, en ese sentido es importante contribuir a aumentar el desarrollo a través de la introducción de cambios tecnológicos y organizativos (Stumpo & Dini, 2020).

En el Ecuador las MIPYMES que actualmente existen, son las responsables del crecimiento de la producción, la generación de plazas de empleo, la innovación y el dinamismo productivo del país, se encuentran inmersas en todas las actividades productivas de la economía, tales como el comercio al por mayor y al por menor; agricultura, silvicultura y pesca; industrias manufactureras; construcción; transporte, almacenamiento y comunicaciones; bienes inmuebles, entre otros (Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2022).

Representan el 99,55%, según cifras del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), el segmento de mayor participación son las microempresas con un 90,78%, seguido de las pequeñas con 7,22% y las medianas con 1,55%, el grupo se concentra en las áreas de servicio y comercio, de acuerdo con el INEC. Empresarios ecuatorianos señalan que iniciar un negocio no es fácil y lo más difícil es mantenerse, sostienen que las estrategias en el mercado, independientemente del producto o servicio que se ofrezca, siempre deben innovar y tener un "ahorro" ante las eventualidades que se puedan presentar (EKOS, 2019).

Existen varias situaciones que conllevan a que la mayoría de MIPYMES, cierran antes de primer año de vida en el mercado ecuatoriano, según Zambrano (2018) mismas que no difieren de lo que pasa en la región. La Organización Internacional de Trabajo (OIT) indicó que entre los principales obstáculos se encuentran los internos: falta de competencias de gestión, acceso de personal calificado e información limitada de servicios de apoyo y pocos accesos a datos de los mercados; entre los obstáculos externos:

falta de acceso a la financiación, informalidad, infraestructura insuficiente, inestabilidad política, falta de claridad y coherencia en las políticas de fomento empresarial y normativa (Goyes, Alvarado, Gavilánez, & Arguello, 2020).

Problemática que llevo a plantear como objetivo del presente trabajo establecer las MIPYMES en el mercado actual de Ecuador y su rol en la actividad económica, para lo cual se comparan las definiciones y criterios de clasificación de las MIPYMES según organizaciones estatales y legislación ecuatoriana; se analiza su evolución en los últimos cinco años en el mercado ecuatoriano; se determinan los factores internos y externos que afectan su rol en la actividad económica de Ecuador.

La metodología empleada es de tipo bibliográfica-descriptiva, para lo cual se utilizaron fuentes documentales obtenidas de base de datos confiables como Google Académico, Dialnet, Scielo, que permitieron desarrollar definiciones, criterios de clasificación de MIPYMES, factores que inciden y rol de las MIPYMES en la actividad económica de Ecuador, así como discusión, conclusiones y recomendaciones.

Desarrollo

MIPYMES en Ecuador: Definición

Las MIPYMES son actores centrales en el tejido productivo y social de los países andinos, siendo grandes generadoras de empleo, usuarias de tecnología intensiva en mano de obra y procesando insumos básicamente nacionales (CAN, 2021), sin embargo, es complejo tener una definición universalmente aceptada, teniendo algunas conceptualizaciones que se detallan a continuación.

Según la Comisión de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) en el artículo 2 de la decisión 702 (Comisión de la Comunidad Andina, 2006), establece que "PYMES comprenden a todas las empresas formales legalmente constituidas y/o registradas ante

las autoridades competentes, que lleven registros contables y/o aporten a la seguridad social, comprendidas dentro de los umbrales establecidos en el artículo 3 de la Decisión 702".

Según el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones COPCI (Asamblea Nacional, 2018):

La Micro, Pequeña y Mediana empresa, es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría y en caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores.

El Servicio Ecuatoriano de Normalización (2022) considera como MIPYMES, a las micro, pequeñas y medianas empresas cuya naturaleza se determina por el orden jurídico (sociedades) o no jurídico (personas naturales), volumen de ventas, capital social, número de trabajadores y su nivel de activos.

Clasificación de MIPYMES en Ecuador

Clasificar a las organizaciones es una manera de entender cómo funcionan los mercados en la economía de un país, existen muchas maneras de catalogarlas; desde su conformación jurídica, sector de actividad o incluso si es pública o privada, pero una de las formas más comunes de clasificación de empresas es de acuerdo a su tamaño, considerando: número de empleados que es cantidad de colaboradores que trabajan en una empresa; facturación es otro aspecto al analizar la dimensión de los negocios; patrimonio midiendo la relación entre sus bienes, sus derechos y obligaciones; por último la innovación tecnológica, las herramientas tecnológicas con las que cuenta una empresa también podrían definir su tamaño (Empresas, 2021).

En Ecuador la clasificación de MIPYMES responde a criterios que han sido establecidos por algunas instituciones y normativa legal, que se detalla a continuación:

La Comunidad Andina de Naciones en su Decisión 702 (Comisión de la Comunidad Andina, 2008), considera que la MIPYMES constituye un sector que debe contar con

seguimiento mediante datos estadísticos, por su aporte a la generación de empleo, crecimiento económico y al desarrollo, para lo cual señalo que todos los países miembros deben considerar las variables personal ocupado y valor bruto de ventas anuales para clasificarlas:

Tabla 1. Clasificación de las MIPYMES según la CAN

	Personal ocupado	Valor Bruto de las ventas anuales (US\$)
Estrato I	1 a 9	≤ \$100.000
Estrato II	10 a 49	De \$100.001 a \$1'000.000
Estrato III	50 a 199	De \$1'000.001 a \$2'000.000
Estrato IV	100 - 199	De \$ 2'000.001 a \$'000.000

Fuente: Decisión 702 de la CAN.

La Superintendencia de Compañías establece tres variables para clasificar las MIPYMES, número de trabajadores, valor bruto

de ventas anuales y monto de activos (Superintendencia de Compañías, 2011):

Tabla 2. Clasificación de las MIPYMES según la Superintendencia de Compañías

Superintendencia de Compañías del Ecuador			
	Trabajadores	Valor Bruto de ventas Anuales	Montos activos
Microempresas	1 a 9	≤ \$100.000	Hasta \$100.000
Pequeña empresa	10 a 49	De \$100.001 a \$1'000.000	De \$100.001 hasta \$750.000
Mediana empresa	50 a 199	De \$1'000.000 a \$5'000.000	De \$750.001 hasta \$3'999.999
Gran empresa	≥ 200	De más de \$5'000.000	Más de \$ 4'000.000

Fuente: Superintendencia de Compañías (2011).

El Código Orgánico de la Producción, comercio e Inversiones considera como crite-

rios de clasificación al número de empleados y monto de ventas anuales:

Tabla 3. Clasificación de las MIPYMES según COPCI

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión (COPCI)		
	Trabajadores	Ventas Anuales
Microempresas	De 1 a 9	Igual o < a \$100.000
Pequeña empresa	De 10 a 49	Entre \$ 100.001 a \$ 1'000.000
Mediana empresa	De 50 a 199	Entre \$1'000.001 y \$ 5'000.000

Fuente: Reglamento de COPCI, Art. 106.

El Ministerio de Industria y Productividad en Ecuador utiliza al igual que la Superinten-

dencia de Compañías tres criterios para dividir las empresas:

Tabla 4. Clasificación de las MIPYMES según el Ministerio de Industria y Productividad

Ministerio de Industria y Productividad de Ecuador			
	Cantidad de empleados	Ventas	Activos Totales
Microempresas	< 10	< \$100.000	< \$100.000
Pequeña empresa	Entre 11 y 49	Entre \$ 100.001 a \$1,000.000	Entre \$ 100.000 y \$700.000
Mediana empresa	Entre 50 y 199	Entre \$ 1,000.001 a \$5,000.00	Entre \$ 700.001 a \$4,000.000

Fuente: Ministerio de Industria y Productividad.

Evolución de MIPYMES en Ecuador entre 2017 y 2020

En Ecuador el Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE) genera información estadística sobre la estructura empresarial ecuatoriana a partir de registros administrativos; proporciona información sobre el total de unidades económicas, que durante un periodo fiscal registraron movimientos económicos de ventas, personal ocupado – afiliado medido a través de plazas de empleo

registrado en la seguridad social y/o realizaron una declaración al RISE, desde una perspectiva sectorial y territorial (Directorio de empresas y establecimientos DIEE, 2020).

El análisis de los datos en el Ecuador permite determinar que el número de microempresas ocupa la mayoría del tejido empresarial ecuatoriano en el periodo revisado 2017 al 2020, hubo una disminución del número de MIPYMES que se agudiza en el año 2020, probablemente por el efecto de la pande-

mia del COVID – 19 que afectó considerablemente a la actividad económica a nivel mundial, nacional y local.

Tabla 5. Número de empresas según su tamaño

Número de empresas	2017	2018	2019	2020
Microempresa	828.553	830.102	803.600	777.614
Pequeña	65.304	65.266	63.919	52.079
Mediana	13.898	14.546	14.691	12.640
TOTAL	907.755	909.914	882.210	842.333

Fuente: DICE – INEC (2020).

Las Pymes ecuatorianas se han caracterizado por la versatilidad y creatividad en el desarrollo de las actividades emprendidas y por mantener una estructura organizacional sencilla. Es importante además un cambio de enfoque en cuanto a "Ser o estar PYME", ese cambio de mentalidad que no estigmatice a las empresas por su tamaño o porque pertenece a un sector como microempresa, que reconozca que existen algunas con niveles de eficiencia y rentabilidad superiores a las grandes empresas (Carranco, 2017).

De acuerdo con el DICE (2018), las provincias de Pichincha, Guayas, Azuay, Manabí y el Oro, son las que tienen un mayor asentamiento y agrupación de empresas a nivel del país, en el orden del 63 %, porque además demográficamente son las más pobladas, la finalización de una empresa, es entendida como la desvinculación de esta del mercado, se trata de la liquidación a través de aquellos pasos que certifiquen su disolución final (Ponce, Palacios, Palma, & Salazar, 2020).

Factores internos y externos que inciden en la sostenibilidad de las mipymes en el mercado

Los factores internos de una empresa son aquellos agentes que pueden generar un impacto positivo o negativo en la gestión empresarial. Por lo general, son factores so-

bre los que la organización puede ejercer un alto grado de control. Es importante identificar cuáles son esos factores para fortalecer los que contribuyen al buen desempeño de la organización y eliminar o disminuir aquellos que la afectan negativamente. Una vez identificados los problemas y sus síntomas, deberá establecerse un orden de prioridades para ejecutar acciones tendientes a solucionarlos (Crónicas, 2022).

Los factores externos son los que afectan al exterior y que no están bajo el control de la organización, existen numerosos criterios considerados como elementos externos que pueden afectar tu planificación estratégica, algunos de los más significativos son la situación económica actual, las leyes, el entorno o la demanda de los clientes (Dashboard, 2018).

La vida de las mipymes está sujeta a superar problemas internos para luego enfrentar los externos y lograr los resultados financieros proyectados. Es importante que las PYMES se desarrollen en un ambiente de mejora continua, que les permita un crecimiento sostenible en el tiempo, con el objetivo de posicionarse y mantenerse en el mercado, con adecuadas fuentes de financiamiento. Las ciudades del Ecuador, tienen un acelerado crecimiento y desarrollo en lo concerniente a las PYMES; sin embargo, estas deben enfrentar la competencia

de grandes empresarios con poder económico que provienen de ciudades grandes, 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 (Carvajal, Solís, Burgos, & Hermida, 2017).

El análisis de los factores externos influye en el fracaso de las empresas ecuatorianas, debido a que para ellas lograr una sustentabilidad a lo largo del tiempo es difícil. Actualmente, dado a la pandemia del Covid-19 a nivel mundial una gran cantidad de negocios han cerrado sus operaciones por la falta de recursos para generar la supervivencia y competitividad dentro del sector al que pertenece. Muchas MIPYMES en el Ecuador se enfrentan a problemas del entorno empresarial como son la falta de accesibilidad a financiamientos, competencia excesiva, políticas gubernamentales y otros factores de su entorno que no les permite crecer, el fracaso de las pymes puede ser causada por factores internos o externos, o la combinación de ambos, y que además estos factores pueden variar de acuerdo con el país o la región (Lozada, 2022).

Rol de la MIPYMES en la actividad económica ecuatoriana

Actividad económica es toda aquella forma mediante la que se produce, se intermedia y/o se vende un bien o servicio destinado a satisfacer una necesidad o deseo de una población (López, 2019). Se trata de las actividades capaces de generar riqueza para las comunidades, a través de la generación de bienes o servicios que brinda (oferta) a un mercado local, regional o global de personas o entidades que los necesiten (demanda), son parte fundamental de la economía, y aunque pueden ser sumamente diversas, variadas y complejas, abarcan siempre un ciclo compuesto de tres fases: producción, distribución y consumo (Paredes, Toaquiza, Bonilla, & López, 2020).

Cabe destacar que la actividad económica puede ser desarrollada por una persona (un trabajador independiente), una organización (ya sea una empresa, una cooperativa, etc.) o el estado (una empresa pública). También es importante subrayar el peso tan fundamental que la actividad económica ejerce en cualquier país o región, de la misma dependerá su riqueza. No obstante, cada lugar destaca por darle prioridad a una actividad u otra, en base a sus materias primas o potencialidades (Pérez & Merino, 2021).

En Ecuador como en el resto del mundo la actividad económica se alteró con la emergencia sanitaria causada por la COVID-19 generando una profunda recesión que provocó un repunte de la pobreza. Esta crisis amplificó los desequilibrios macroeconómicos que el país estaba intentando subsanar desde el fin del boom de los precios del petróleo; además, la crisis puso en evidencia algunas debilidades estructurales como la carencia de amortiguadores macroeconómicos, la elevada informalidad, un sistema de salud poco preparado y las grandes brechas en el acceso a servicios públicos (Bancomundial, 2022).

Situación que ha mejorado al analizar los principales indicadores de la actividad económica de un país como es el Producto Interno Bruto (PIB), que para Ecuador creció 4,2% en 2021, superando la proyección de 3,55% presentada por el Banco Central del Ecuador (BCE). Este aumento respondió a la variación de 10,2% del Gasto de Consumo Final de los Hogares, cuyo nivel superó el período de prepandemia. Este resultado refleja una recuperación de las actividades económicas y productivas en el país (Sitio de Información Económica y Estadísticas, BCE, 2022).

Las principales actividades que reportaron un mayor crecimiento fueron: refinación de petróleo creció en 23,9% por un aumento en la producción nacional de petróleo; alojamiento y servicios de comida tuvo un aumento de 17,4% debido al incremento del turis-

mo y a la reactivación del consumo interno, impulsada por el plan de vacunación y una mejora en el mercado laboral; acuicultura y pesca de camarón tuvo un crecimiento de 16,2% por el aumento de las exportaciones de camarón; transporte creció en 13,1% por

la reactivación de varias industrias a escala nacional; comercio creció 11% debido al incremento de las importaciones de bienes y servicios (Sitio de Información Económica y Estadísticas, BCE, 2022).

Tabla 6. Principales Actividades de Ecuador 2021

Detalle	Crecimiento 2021
Refinación de petróleo	23,9%
Alojamiento y servicios de comida	17,4%
Acuicultura y pesca de camarón	16,2%
Transporte	13,1%
Comercio	11%

Fuente: Sitio de Información Económica y Estadísticas (2022).

Las exportaciones no petroleras alcanzaron niveles históricos en términos nominales en 2021, en especial productos como: camarón, pescado, flores y minería. Las exportaciones decrecieron 0,1%, principalmente por la disminución de las ventas de petróleo crudo, banano, café y cacao. Por otro lado, la tasa de variación de las importaciones fue de 13,2%, que se explica por mayores adquisiciones de aceites refinados de petróleo, maquinaria, aparatos eléctricos y equipo de transporte (Sitio de Información Económica y Estadísticas, BCE, 2022).

Para 2022, el Banco Central del Ecuador estima un crecimiento económico de 2,8%, impulsado por la recuperación de la inversión y el dinamismo del consumo de los hogares. El incremento en la Formación Bruta de Capital Fijo responde tanto a la mejora en las expectativas económicas del sector privado y al aumento de la inversión pública, principalmente en infraestructura educativa y de salud, y en el mantenimiento de la red vial estatal. Las industrias que reportarían un mayor crecimiento serían: alojamiento y servicios de comida, comercio, y acuicultura y pesca de camarón (Sitio de Información Económica y Estadísticas, BCE, 2022).

Las exportaciones de Ecuador son en su mayoría productos del sector primario como Petróleo crudo, plátanos, crustáceos, flores, pescado y granos de cacao. Las importaciones se centran en productos industriales como refinados del petróleo, medicamentos envasados, automóviles, alquitrán de aceite, computadoras, teléfonos y maquinaria pesada (Montoya, 2018).

En este contexto las PYMES surgen en la actividad económica ecuatoriana desde la década de 1950, destacándose en la producción de tejidos, madera y alimentos, al tiempo que generaban fuentes de empleo y contribuían a reducir el índice de pobreza. De acuerdo al censo a empresas realizado en el año 2017 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) de Ecuador, "se erigen como dinamizadoras de la economía pues, en ese país el 99% de los negocios se desempeñan bajo esta modalidad empresarial" (Valero, Hidalgo, & Guevara, 2021).

De tal manera que en Ecuador las MIPYMES son fuente del desarrollo social en cuanto a producción, demanda y compra de productos o simplemente por valor agregado,

lo que significa que se ha convertido en un factor indispensable para generar riqueza y empleo; por lo tanto, desempeñan un papel relevante tanto en las economías desarrolladas como en los países en desarrollo.

Las PYMES en el Ecuador contribuyen a su desarrollo socioeconómico con aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios, a través de la transformación de la matriz productiva, ayudando a incrementar su desempeño generando empleo que dinamiza la economía y mejoran la gobernabilidad, la importancia de las PYMES ecuatorianas radica en que "son empresas que aportan a la economía, permitiendo descentralizar totalmente la mano de obra consiguiendo un mercado de trabajo seguro y cumpliendo así un buen papel dentro del mercado empresarial (Valero, Hidalgo, & Guevara, 2021).

Metodología

El presente estudio tiene un enfoque cualitativo, se recopiló y analizaron datos no numéricos para comprender conceptos, opiniones o experiencias, así como datos sobre experiencias (Santander, 2021), permitiendo interpretar y contribuir a describir las acciones a realizar y reflexionar cuidadosamente sobre sus elecciones y suposiciones sobre el tema.

Además, se basó en investigación de tipo bibliográfico y descriptivo. La investigación bibliográfica se comprende como un proceso mediante el cual se analizan conceptos con el propósito de obtener un conocimiento sistematizado, el objetivo es procesar los escritos principales de un tema particular, tiene gran relevancia en el proceso investigativo (Salas, 2019). Mediante este tipo de investigación se encontró información las cuales están respaldadas por los diferentes autores consultados, mostrando una investigación con fuentes confiables y de relevancia obtenidas de base de datos como Google Académico, Dialnet, Scielo.

Por otro lado, la investigación descriptiva se describe como un método eficaz para la recolección de datos durante el proceso de investigación se puede utilizar de múltiples formas, es importante que siempre se establezca un objetivo ya que el objetivo de la investigación descriptiva va a consistir en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

Los métodos de investigación son fundamentales e indispensables para el desarrollo de un estudio de cualquier índole, indican el camino que se seguirá y son flexibles, mientras que las técnicas muestran cómo se recorrerá ese camino y son rígidas, la investigación científica se define como la serie de pasos que conducen a la búsqueda de conocimientos mediante la aplicación de métodos y técnicas de investigación (Ramos, 2018).

Los métodos que se utilizaron fueron: Método deductivo cuya aplicación se basa esencialmente en el análisis de los principios generales del tema tratado, basando sus cimientos en determinados fundamentos teóricos, hasta llegar a configurar hechos o prácticas particulares (Prieto, 2017).

Método analítico utilizado para el diagnóstico de problemas (Orellana, 2020). Se lo utilizó al emplear las habilidades de pensamiento crítico para la valoración de los hechos, ya que a través de estos se pudo extraer pequeños detalles para construir afirmaciones sobre el tema.

Estos métodos de investigación indica los procedimientos a seguir de manera sistemática, racional y objetiva la cual los utilizaremos para hallar el conocimiento dentro del campo de estudio concreto, la manera en la cual fue utilizada permite entender que son fundamentales para la adopción de las técnicas de recolección y análisis de datos que se dará a conocer.

Las técnicas de investigación permiten recopilar, examinar y exponer la información, de esta forma se logra el principal objetivo de la investigación. La elección de la técnica de investigación más adecuada depende del problema que se desea resolver y de los objetivos planteados, motivo por el cual esta elección resulta ser un punto fundamental en todos los procesos investigativos (González, 2020). Por lo cual se utilizó la técnica documental para la organización de la información recopilada de diversas fuentes (libros, tesis, revistas y periódicos, etc.).

Resultados y Discusión

Las MIPYMES en América Latina son un componente fundamental del tejido empresarial, lo que se manifiesta en varias dimensiones, como su participación en el número total de empresas o la creación de empleo. Su importancia no está solamente en capacidad de generar fuentes de trabajo, también generan competencia al introducirse al proceso productivo en condiciones adecuadas, debido al progreso de una gran variedad de iniciativas efectuadas por una diversidad de actores.

Son una base fundamental en la economía de los países, teniendo en cuenta su proporción con relación al número total de empresas, su contribución al empleo y en menor medida, su contribución al producto, pero esta importancia disminuye cuando se las considera en cuanto a la proporción de las exportaciones nacionales que corresponden a las MIPYMES y la productividad de éstas. De esta manera, se debe la importancia en la economía de un país como base para el desarrollo de la producción, es decir, produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado con la finalidad de generación de riqueza y empleo para un manejo sostenible de la economía.

Las MIPYMES juegan un importante papel de carácter social, tanto por su papel como creadoras de empleo y amortiguadores del desempleo al ser intensivas en este factor,

como por ser un instrumento de cohesión y estabilidad social al brindar oportunidades de empleo a colectivos semi o escasamente cualificados (Saavedra & Hernández, 2008).

Existen algunos criterios respecto a su definición, que reflejan diferencias no solamente en Ecuador sino a nivel de Latinoamérica. La CAN y la Superintendencia de Compañías consideran únicamente a las empresas formales legalmente constituidas, a diferencia del COPCI que incluye toda persona natural que ejerzan actividades de producción, comercio y/o servicios, razonamiento que se establece de acuerdo a la realidad en la cual muchas MIPYMES no están formalmente constituidas y al omitirlas se tendrían estadísticas equivocadas.

Los criterios más utilizados para diferenciar entre microempresas, pequeñas y medianas, son número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, a los cuales se adiciona monto de activos totales; por lo que es necesario coordinar esfuerzos para estandarizar criterios, que permita tener datos estadísticos confiables para gestionar políticas públicas de apoyo a la actividad de las MIPYMES que constituyen un pilar fundamental para el desarrollo económico sustentable, puesto que son generadoras de empleos y riqueza, además de ser entes dinámicos que identifican, explotan y desarrollan nuevas actividades productivas.

Las mipymes se han convertido en un elemento clave en la generación de empleo, debido a que la inversión inicial necesaria para ponerse un pequeño negocio no es grande, sin embargo, contribuyen al crecimiento de la economía. El mercado ecuatoriano es muy pequeño, y eso obliga a que las PYMES replanteen una y otra vez su estrategia de crecimiento, focalizándose hacia la internacionalización, esto plantea desafíos como: competitividad, entender mercados internacionales, posicionar una marca y desarrollar capacidades internas (Carranco, 2017).

Los resultados obtenidos a partir de la revisión bibliográfica indican que las mipymes surgen como una alternativa para enfrentar los estragos de las crisis económicas, especialmente para reducir las consecuencias del desempleo y la pobreza. Algunas de ellas se desarrollaron hasta llegar a grandes empresas, y una parte continuó con la misma estructura con la que nacieron; en el peor de los casos otro grupo no logró solvencia y se disolvieron, en las condiciones actuales matizada por la intensa crisis económica por la que atraviesa el país, la mayoría de las mipymes ecuatorianas pueden sobrevivir con muy pocas posibilidades de desarrollarse en el entorno de la economía de mercado (Rodríguez & Aviles, 2020).

En el último año las empresas a nivel mundial han tenido que enfrentarse a una pandemia por el Covid-19, lo que ha desafiado al sistema socioeconómico mundial, y las PYMES ecuatorianas, no escaparon de esta situación, viéndose afectadas por la paralización de sus actividades productivas debido a la contracción de la demanda por confinamiento social, por lo que se han visto en la obligación de repensar sus modelos de negocio (Valero, Hidalgo, & Guevara, 2021), situación que ocasiono disminución considerable del número de MIPYMES en el 2020.

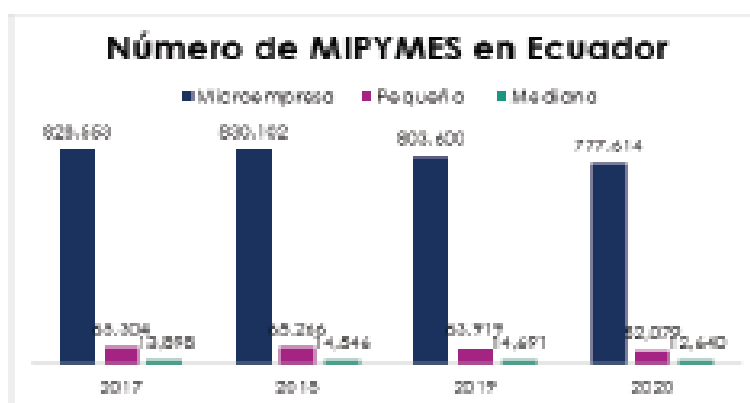


Gráfico 1. MIPYMES en Ecuador

Fuente: DICE – INEC (2020).

Para incentivar la actividad de las MIPYMES, el gobierno del Ecuador puso en marcha una serie de programas a lo largo de la pandemia, entre los cuales se contó con el programa Resurgimos Ecuador, que reemplazó a Reactivate Ecuador, a partir de abril de 2021, permitiendo que las micro, pequeñas, medianas empresas, artesanos y actores de la economía popular y solidaria que facturan hasta \$ 5 millones puedan acceder a créditos de hasta \$ 500.000 con plazos de pago de 48 meses y seis meses de gracia.

Con la implantación de estas estrategias, se intentó conseguir una activación inmediata

de las Pymes, rompiendo con la modalidad de trabajo tradicional y atreviéndose a insertarse en nuevos espacios que implicarán más que retos, grandes aprendizajes y otra visión del negocio y de la manera de gerenciar; pero, sin duda alguna, también conllevarán otro nivel de competencia y desenvolvimiento en el mercado nacional e internacional (Valero, Hidalgo, & Guevara, 2021).

El Ecuador cuenta con una gran cantidad de mipymes principalmente en las provincias de Pichincha, Guayas, Azuay, Manabí y El Oro, que agrupan el 88,75% de su total, como se puede observar en el siguiente gráfico:



Gráfico 2. Estructura de empresas según provincias de Ecuador

Fuente: DICE – INEC (2020).

La mayor cantidad de MIPYMES realizan su actividad en las áreas comercial y de servicios, probablemente por la menor cantidad de trámites para crearlas y a su menor inversión en el momento de instalarlas, sin

embargo, son fuentes de empleo por su relevancia en el mercado comercial y laboral en el país, acaparan un rol muy importante en la economía, como se evidencia en el gráfico adjunto:

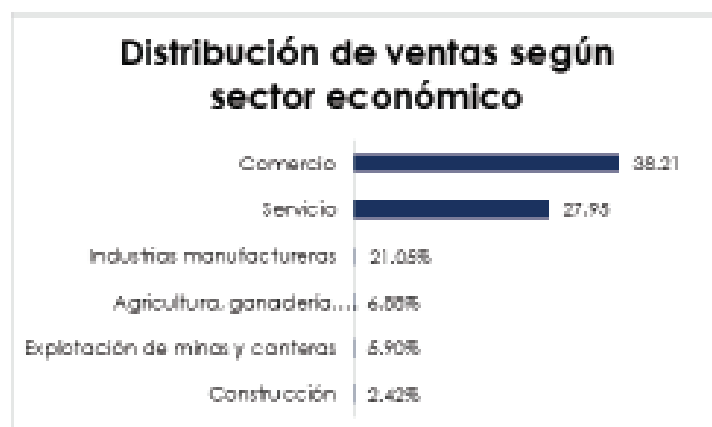


Gráfico 3. Empresas según sector económico

Fuente: DICE – INEC (2020).

Presentan también algunas dificultades a nivel global como local a lo largo de los años; actualmente se considera a las MIPYMES como el sector más productivo en la economía de un país, por el impacto que tiene tanto en países desarrollados como en

los países en vías de desarrollo. Esto se ve reflejado en el Producto Interno Bruto (PIB) con una tasa del más del 25%; y, a su vez, es generadora de empleo ya que abarca un 70% de la Población Económicamente Activa (PEA) del país.

En Ecuador, el 39% de los empleos son generados por microempresas, mientras que el 17% a pequeñas y 14% a medianas. Por tales motivos, se debe su importancia en la economía de un país como base para el desarrollo de la producción, es decir, produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado con la finalidad de generación de riqueza y empleo para un manejo sostenible de la economía (Amores & Sacoto, 2017).

Conclusiones

- Las mipymes son consideradas de mucha importancia en la actividad económica de Ecuador, sin embargo los criterios para su definición y clasificación difieren entre los diferentes organismos y normativa legal vigente.
- Los factores que inciden en el crecimiento de las MIPYMES hacen énfasis en aspectos como el espíritu empresarial como el compromiso hacia el crecimiento empresarial; y otros que engloban este elemento de índole personal, señalando a factores como condiciones sociales y económicas, cultura y sistema educativo, estructura y dinámica productiva, aspectos personales, redes del emprendedor, mercado de factores, y regulaciones y políticas. Todos los factores antes mencionados pueden ser englobados como aspectos organizacionales, administrativos y contables, planeación estratégica, gestión empresarial, control de calidad, capacitación, uso de tecnologías eficientes, entre otros, que dificultan su buen desempeño, uno de los más mencionados es el financiamiento por parte de las entidades bancarias.
- Las MIPYMES presentan una alta participación en el mercado y en la economía nacional, por lo que se constituye en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo. Por otra parte, lo cambiante del entorno económico en que operan las MIPYMES, hace que éstas adapten su gestión, estructuras y proce-

sos. Por tanto, son importantes para el país porque contribuyen al desarrollo y transformación de la matriz productiva; por su tamaño, pueden ajustarse con mayor facilidad a los nuevos requerimientos del mercado y de los clientes. Por otra parte los diferentes riesgos financieros y desequilibrios han sido elevados, sin embargo, se han generado políticas de mercado, incorporación de valor agregado en la producción, y un gran interés por las mipymes.

Recomendaciones

- En la actualidad debido al interés mundial por la actividad medioambiental, las PYMES deben considerar dentro de sus estrategias la responsabilidad social, porque es una forma de dirigir la empresa de manera eficiente y responsable con el entorno. Sin duda, la globalización ha jugado un papel importante en la economía mundial, ya que la propia internacionalización ha hecho posible el libre comercio. Esto plantea múltiples desafíos no solo para las grandes empresas, sino también para las PYMES que deben competir en calidad, productividad y servicio en el mercado global.

Bibliografía

- Alvarez, M., & Durán Lima, J. (2009). Manual de la micro, pequeña y mediana empresa. CEPAL. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/20221/Manual_Micro_Pequeña_Mediana_Empresa_es.pdf
- Amores, R., & Sacoto, V. (28 de Julio de 2017). Empleo como contribución del PIB pymes. Obtenido de Revistaespacios: <https://www.revistaespacios.com/a17v38n53/a17v38n53p15.pdf>
- Apolo, M. (2018). COPCI en las Mipymes. Obtenido de UPS: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/16112/1/UPS-GT002314.pdf>
- Arriata, E. (2017). Método inductivo. Obtenido de Diferenciador: <https://www.diferenciador.com/diferencia-entre-metodo-inductivo-y-deductivo/>

- Asamblea Nacional. (20 de Diciembre de 2018). Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones. Obtenido de Produccion.gob: <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/05/Literal-3.-Reglamento-del-Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones-COPCI.pdf>
- Bancomundial. (7 de Abril de 2022). Panorama General. Obtenido de Bancomundial: <https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview#:~:text=La%20emergencia%20sanitaria%20causada%20por,de%20los%20precios%20de%20petr%C3%B3leo.>
- BCE. (30 de Septiembre de 2019). La economía Ecuatoriana creció 0,3% en el segundo trimestre del 2019. Obtenido de BCE: <https://www.bce.fin.ec/index.php/bolatinas-de-prensa-archivo/item/1206-la-economia-ecuatoriana-crecio-03-en-el-segundo-trimestre-de-2019>
- BCE. (30 de Septiembre de 2020). La economía Ecuatoriana decreció 12,4% en el segundo trimestre del 2020. Obtenido de BCE: <https://www.bce.fin.ec/index.php/bolatinas-de-prensa-archivo/item/1383-la-economia-ecuatoriana-decrecio->
- BCE. (31 de Marzo de 2022). La economía Ecuatoriana Creció 4,2% en 2021. Obtenido de BCE: <https://www.bce.fin.ec/index.php/bolatinas-de-prensa-archivo/item/1482-la-economia-ecuatoriana-crecio-4-2-en-2021-supera-las-previsiones-de-crecimiento-mas-recientes>
- CAN. (2021). Mipymes. Obtenido de Comunidad Andina: <https://www.comunidadandina.org/temas/dg2/mipymes/>
- CAN. (2021). Secretaría General de la Comunidad Andina. Obtenido de Comunidad Andina: <https://www.comunidadandina.org/temas/dg2/mipymes/#:~:text=Las%20micro%2C%20peque%C3%B1as%20y%20medianas,de%20las%20prioridades%20de%20la>
- Carranco, R. (21 de Noviembre de 2017). Economía; Empleo; Productividad; Pyme; Crecimiento económico. Obtenido de UV: <https://www.uv.mx/filesca/files/2018/03/14CA201702.pdf>
- Carvajal, C., Solís, L., Burgos, L., & Hermida, L. (6 de Junio de 2017). La Importancia de las PYMES en el Ecuador. Obtenido de eumed: <https://www.eumed.net/coursecon/eodlat/ec/2017/pymes-ecuador.html>
- CEPAL. (2018). Ecuador Durante 2018 el crecimiento de la economía . Obtenido de Archivo-PDF: <https://repositorio.cepal.org>
- Comisión de la Comunidad Andina. (2008). Decreto 702. Comunidad Andina de Naciones, Lima. doi:https://www.tribunalandino.org.ec/index.php/normatividad/normatividad_ca/
- COPCI. (20 de Diciembre de 2018). Código Orgánico de la Producción. Obtenido de Produccion.gob: <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/05/Literal-3.-Reglamento-del-Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones-COPCI.pdf>
- Criollo, R. (20 de Octubre de 2020). Régimen impositivo y su aplicación en las microempresas del ecuado. Obtenido de upsa: <https://repositorio.upsa.edu.ec/bitstream/46000/5504/1/UP-SE-TCA-2020-0041.pdf>
- Crónicas. (24 de Marzo de 2022). ¿Qué son los factores externos de una empresa? Obtenido de Crónicas: <https://www.cronicas.com.uy/columnas/factores-externos-e-internos-que-afectan-a-las-pymes/>
- Dashboard. (14 de Septiembre de 2018). Factores externos de una empresa. Obtenido de Tudashboard: <https://tudashboard.com/factores-externos-de-una-empresa/>
- Directorio de empresas y establecimientos DICE. (28 de octubre de 2020). INEC. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/>
- EKOS. (10 de Agosto de 2019). Mipymes representan el 99% de negocios en Ecuador. Obtenido de Ekosnegocios: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/mipymes-representan-el-99-de-negocios-en-ecuador>
- Empresas. (7 de Mayo de 2021). ¿Cómo se clasifican las empresas según su tamaño en Ecuador? Obtenido de Banco Pichincha: <https://www.pichincha.com/portal/blog/post/clasificacion-empresas-por-tamano>
- Espinoza, M. (Junio de 2016). Clasificación de las mipymes . Obtenido de Revistas al polí edu: <https://revistas.alpoli.edu.co/index.php/tau/articulo/view/1035/859>
- Etocá. (11 de Agosto de 2022). "Técnicas de investigación". Obtenido de concepto.de: <https://concepto.de/tecnicas-de-investigacion/>
- González, G. (14 de Mayo de 2020). Técnicas de investigación. Obtenido de Lifer: <https://www.lifer.com/tecnicas-de-investigacion/>

- Goyas, J., Alvarado, E., Gavilánez, C., & Arguello, Á. (2020). Evolución de las mipymes según el ciclo de vida. *Revista Universidad y Sociedad*, 52. Obtenido de <file:///C:/Users/home/Downloads/1750-Texto%20del%20art%C3%ADculo-3443-2-10-20201116.pdf>
- INEC. (2022). Encuesta estructural empresarial. Obtenido de Ecuadorencifras: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-a-empresas/>
- Jumbo, D., Campuzano, J., Vega, F., & Luna, Á. (23 de Octubre de 2020). Crisis económicas y covid-19 en Ecuador: impacto en las exportaciones. Obtenido de scielo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000600103
- Lasio, V., & Samaniego, A. (2018). Sostenibilidad en la MIPYME Ecuatoriana. Obtenido de Archivo PDF - ESPAE: <http://www.espaespol.edu.ec/wp-content/uploads/2018/02/MIPYMES-Ecuador.pdf>
- Lozada, V. S. (1 de Enero de 2022). Fracaso, pymes, entorno empresarial. Obtenido de cladea.org: <https://cladea.org/wp-content/uploads/2022/01/paper-228.pdf>
- Madrid, A. (Febrero de 2021). Ley de simplicidad y progresividad tributaria referente a los impuestos a la renta y impuesto al valor agregado. Obtenido de UPS: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19779/4/UPS-TTQ205.pdf>
- Montoya, J. (2018). Actividades económicas de Ecuador. Obtenido de Actividadeseconomicas: <https://www.actividadeseconomicas.org/2017/12/actividades-economicas-de-ecuador.html>
- Núñez, J. (2017). Registro y utilización de signos distintivos para la protección de productos y servicios ofertados por la MIPYMES, en Ecuador. Obtenido de pucesa: <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2334/1/Marcas.pdf>
- Observatorio de la PyME. (2019). Número de empresas según su tamaño. Obtenido de uasb: https://www.uasb.edu.ec/observatorio-pyme/wp-content/uploads/sites/6/2021/04/faq_53.pdf
- Orellana, P. (5 de Junio de 2020). Método analítico. Obtenido de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/metodo-analitico.html>
- Paredes, J., Toaquiza, B., Bonilla, F., & López, E. (2020). Análisis de los factores que limitan el crecimiento económico de las pequeñas y medianas empresas en Ecuador. POCAIP, 13.
- Pérez, J., & Morino, M. (2021). Actividad Económica. Obtenido de Definiciónde: <https://definicion.de/actividad-economica/>
- Plusvalores. (27 de Junio de 2020). Pymes Ecuador. Obtenido de Plusvalores: <https://plusvalores.com.ec/pymes-ecuador/>
- Ponca, J., Palacios, D., Palma, A., & Salazar, G. (2020). Crisis Económica pymes en Ecuador . *Revista Eumednet*, 21.
- Prieto, B. (2017). Método deductivo. Obtenido de Scielo: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-14722017000200056
- PYMES. (3 de Mayo de 2022). Informe Social y Económico. Obtenido de Uasb: <https://www.uasb.edu.ec/observatorio-pyme/wp-content/uploads/sites/6/2022/05/INFORME-MACRO-SOCIAL-Y-ECONOMICO-MARZO-2022.pdf>
- Ramos, E. (1 de Julio de 2018). Métodos y técnicas de investigación. Obtenido de gastiopolis: <https://www.gastiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/>
- Rodríguez, R., & Avila, V. (2020). Las PYMES en Ecuador. Digital Publisher, 10. Obtenido de file:///C:/Users/home/Downloads/337-Art%C3%A1culo_manuscrito_ensayo-2829-1-10-20200909.pdf
- Saavedra, M., & Hernández, Y. (Diciembre de 2008). Importancia de las mipymes. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/257/25711784011.pdf>
- Salas, D. (3 de Diciembre de 2019). Investigación bibliográfica. Obtenido de Investigaliacr: <https://investigaliacr.com/investigacion/investigacion-bibliografica/>
- Santander. (12 de Octubre de 2021). Investigación cualitativa y cuantitativa. Obtenido de Becas-santander: <https://www.becas-santander.com/es/blog/cualitativa-y-cuantitativa.html>
- Servicio Ecuatoriano de Normalización. (2022). Mipymes y Organizaciones de Economía Popular y solidaria son una pieza clave para la economía del país. Obtenido de Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN: <https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais#:~:text=Las%20micro%2C%20peque%C3%B1as%20y%20medianas,es%20de%20%20a%2C%20%20y>
- Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN. (2022). Servicio Ecuatoriano de Normalización. Obtenido de <https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais#:~:text=Las%20micro%2C%20peque%C3%B1as%20y%20medianas,es%20de%20%20a%2C%20%20y>

Sitio de Información Económica y Estadísticas, BCE. (31 de Marzo de 2022). La economía ecuatoriana creció en 2021, superando las previsiones de crecimiento más recientes. Obtenido de BCE: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1482-la-economia-ecuatoriana-crecio-4-2-en-2021-superando-las-previsiones-de-crecimiento-mas-recientes>

Stumpo, G., & Dini, M. (8 de Septiembre de 2020). Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento. CEPAL. Santiago: Naciones Unidas. Obtenido de Documentos de proyectos: <https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1900361-es.pdf>

Superintendencia de compañías. (2019). Mipymes en Ecuador. Obtenido de SCVS: <https://apps.cvs.supercoms.gob.ec/rankingCias/>

Superintendencia de Compañías. (2011). Resolución No. SC.Q.ICI.CPAIFRS.11. Quito: Superintendencia de Compañías. Obtenido de https://www.supercoms.gob.ec/bd_supercoms/descargas/nul/Resol_No_SC_Q_ICI_CPAIFRS_11_01.pdf

Valero, V., Hidalgo, H., & Guevara, P. (2021). La visión de las PYMES del Ecuador. Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento, 249-256.

Villareal, A. (2022). Perspectivas favorables en entornos inciertos para 2022. Obtenido de Asobanca: <https://asobanca.org.ec/analisis-economico/perspectivas-favorables-en-entornos-inciertos-para-2022/>

CITAR ESTE ARTICULO:

Sumba Bustamante, R. Y., Pinargoty Looz, J. G., & Pillasagus Choez, D. F. (2022). MIPYMES en el mercado de Ecuador y su rol en la actividad económica. RECIMUNDO, 6(4), 439-455. <https://doi.org/10.26820/recimundo/6.4.1.octubre.2022.439-455>

