



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de
investigación previo a la obtención del Título de
Ingeniero de Empresas**

**TEMA: “Dimensiones del emprendedor en las
cadenas productivas de Tungurahua”**

AUTOR: Manaced Efraín Arturo Garcés

TUTOR: Ing. Danilo Javier Altamirano Analuisa MBA

AMBATO – ECUADOR

Enero 2018



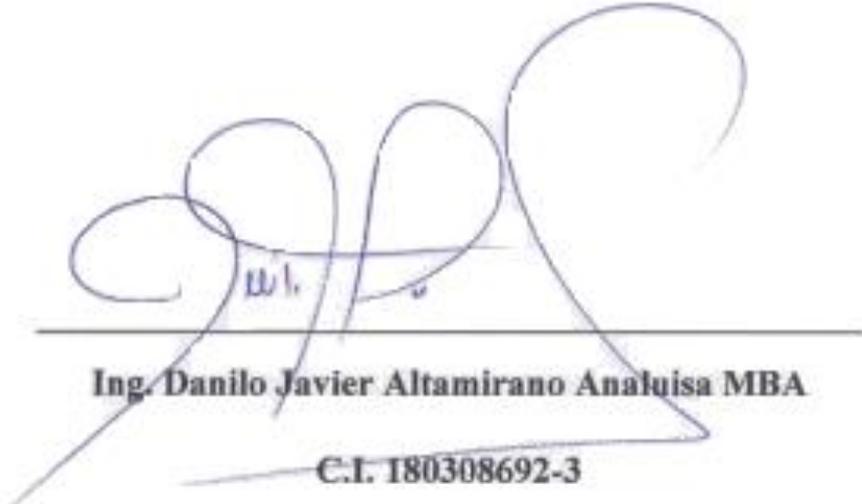
APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Danilo Javier Altamirano Analuisa MBA

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación con el tema “**Dimensiones del emprendedor en las cadenas productivas de Tungurahua**” presentado por **Manaced Efraín Arturo Garcés**, para optar por el título de Ingeniero de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato. 10 Enero 2018



Ing. Danilo Javier Altamirano Analuisa MBA
C.I. 180308692-3

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Manaced Efraín Arturo Garcés**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.

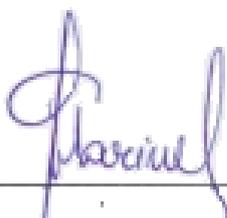


Manaced Efraín Arturo Garcés

C.I. 180463330-1

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

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



Lic. Pilar Lorena Rivera Padilla PhD

C.I. 091213913-6



Ing. Diana Cristina Morales Urrutia PhD

C.I. 180354726-2

Ambato. 10 Enero 2018

DERECHOS DE AUTOR

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

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

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Manaced Efraín Arturo Garcés', written over a horizontal line.

Manaced Efraín Arturo Garcés

C.I. 180463330-1

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por todas las bendiciones que ha derramado en mi vida desde mi nacimiento, al presente y hasta el último día de mi vida. A mis Padres por su apoyo incondicional y en especial a mi madre que con constancia y dedicación me ha enseñado que con dedicación y esfuerzo los sueños se cumplen y las metas se alcanzan pese a las adversidades. A mis profesores que fueron quienes impartieron sus conocimientos, desde el jardín hasta la universidad, en especial a mi tutor Ing. Danilo Altamirano por su paciencia y apoyo para finalizar con mi carrera.

Manaced Arturo

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de titulación a mi motor que es mi Familia; a mi madre, quien estuvo siempre pendiente de mí, quien con su ánimo y fuerza siempre me alentó para continuar hacia adelante, a mi padre que ha sido mi apoyo quien con su ejemplo de perseverancia me guio para continuar sin desmayar, a mis tíos y primos por sus palabras de aliento, a mis abuelos quienes con su presencia me enseñaron que en la vida tengo que ser un ejemplo a seguir.

A mi única y verdadera amiga quien estuvo pendiente hasta con sus oraciones para que finalice con éxito mi proyecto de ser profesional.

Manaced Arturo

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR-----	II
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD-----	III
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO-----	IV
DERECHOS DE AUTOR-----	V
AGRADECIMIENTO-----	VI
DEDICATORIA-----	VII
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS-----	VIII
ÍNDICE DE TABLAS-----	XIV
ÍNDICE DE GRÁFICOS-----	XV
ÍNDICE DE FIGURAS-----	XVII
RESUMEN EJECUTIVO-----	XVIII
EXECUTIVE SUMMARY-----	XIX
1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN-----	1
1.1. Formación de emprendedores-----	3
1.2. Transformación productiva-----	6
1.2.1. Instituciones-----	11
1.2.2. Personas que han generado el emprendimiento en Tungurahua-----	11
1.3. Árbol de problemas-----	14
1.3.1. Análisis crítico-----	15
2. OBJETIVOS-----	16
2.1. Objetivo general-----	16
2.2. Objetivo específico-----	16
3.FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (ESTADO DE ARTE)-----	17
3.1. Antecedentes investigativos-----	17
3.2. Marco teórico-----	18

3.2.1. Dimensiones del emprendimiento productivo como estrategia de desarrollo local. -----	18
3.2.1.1. Introducción-----	18
3.2.1.2. Evolución del emprendimiento -----	21
3.2.2. Emprendimiento -----	24
3.2.2.1. Factores determinantes del emprendimiento -----	25
Política-----	25
Normativo-----	27
Economía-----	29
Cultura-----	31
Educación -----	34
Financiamiento -----	35
Estructura productiva-----	37
Innovación -----	39
3.2.3. Dimensiones del emprendedor como agente de desarrollo local -----	40
3.2.3.1. Introducción-----	40
3.2.3.2. Ecosistema del emprendedor -----	44
3.2.3.4. Perfil del emprendedor -----	47
Visionario -----	47
Innovador -----	48
Creativo -----	48
Dinámico-----	48
Perseverante -----	50
Autónomo -----	50
Arriesgado -----	51
Ambicioso-----	51
Búsqueda de oportunidades -----	51
Comunicativo-----	52
3.2.3.5. Competencias del emprendedor productivo-----	53
Competencias de negocio-----	55
Competencias interpersonales-----	55
Competencias personales -----	56
Matriz del emprendedor-----	56

Emprendedor un actor clave en las cadenas productivas-----	57
Habilidades emprendedoras productivas -----	59
3.2.4. Encadenamiento productivo como estrategia de desarrollo local -----	62
3.2.4.1. Introducción-----	62
3.2.4.2. Definición de producción -----	64
3.2.4.3. Definición de cadenas productiva -----	66
3.2.4.4. Importancia de las cadenas productivas -----	66
3.2.3.5. Elementos clave para fomentar la productividad en una cadena -----	67
Asociatividad -----	67
Capacitación técnica-----	68
Estructuración de servicios de apoyo (crédito, asistencia técnica, provisión de insumos, etc.).-----	68
Impacto social y económico de trabajar con un enfoque de cadena de valor -----	68
El papel de la innovación en el desarrollo rural -----	68
3.2.3.6. Tipos de cadenas productivas -----	70
Cadena completa. -----	70
Cadena incompleta.-----	70
Cadena integrada. -----	70
Producción -----	71
Transformación-----	71
Comercialización-----	71
Servicios-----	72
Enfoque de la cadena productiva -----	72
Ventajas de las cadenas productivas -----	73
3.2.3.6. Modelos de cadenas productivas-----	75
Cadenas productivas globales -----	75
Cadenas productivas por sectores económicos -----	76
Cadena productiva del sector agropecuario -----	77
Cadenas productivas de actividades agrícolas -----	77
Cadena productiva de actividades ganaderas -----	79
Cadena productiva de actividades pesqueras -----	79
Cadenas productivas agroindustriales-----	80
Cadenas productivas del sector industrial -----	84

3.2.3.7. Clústeres-----	86
Objetivos más habituales relacionados con el negocio -----	86
Objetivos más habituales relacionados con la I+D+I (Investigación, Desarrollo e Innovación) -----	87
Componentes de un clúster -----	88
Características comunes de los clústeres exitosos-----	88
Modelos de clúster -----	89
Clúster industriales -----	89
Clúster informático -----	91
Tolerante a fallas (fail-over)-----	91
Balanceo de carga (load-balancing)-----	91
Alto desempeño (high performance computing) -----	92
Numa (non-uniform memory access)-----	92
MPI (Message Passing Interface)-----	92
PVM (Parallel Virtual Machine)-----	92
Beowulf -----	92
Clúster económico -----	93
Clúster turístico -----	95
Clúster agrícola-----	96
Clúster textil -----	99
Ventajas y desventajas de ubicarse en un clúster-----	103
Ventajas -----	103
Desventajas -----	103
3.2.3.8. Cadenas productivas de Tungurahua-----	103
Clúster avícola de Tungurahua-----	104
Clúster de cuero y calzado-----	110
Aumento de productividad -----	113
Tecnología más eficiencia -----	114
Artesanos reciben más capacitación-----	114
Clúster textil Tungurahua-----	116
El clúster textil-moda en Tungurahua (clústeres de la moda) -----	119

4. METODOLOGÍA-----121

4.1. Enfoque de la investigación-----	121
4.2. Tipos de investigación -----	121
4.2.1. Exploratorio -----	121
4.2.2. Descriptivo-----	121
4.3. Modalidades de investigación-----	122
4.3.1. Investigación bibliográfica -----	122
4.3.2. Investigación de campo -----	122
4.4. Población y muestra-----	122
4.4.1. Población -----	122
4.4.2. Recolección de información -----	123
4.4.3. Instrumento de recolección -----	124
4.4.4. Procesamiento de información -----	124
4.5. Operacionalización de variables-----	125
4.5.1. Variable independiente: Dimensiones del emprendedor -----	125
4.5.2. Variable independiente: Cadenas productivas -----	126
4.5.3. Plan de recolección de la información -----	130
4.5.4. Plan de procesamiento de la información-----	131
4.5.5. Análisis de datos-----	131

5. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS-----132

5.1. Análisis de los resultados-----	132
5.1.1. Validación y aplicación del instrumento-----	132
5.1.2. Validez del contenido-----	132
5.1.3. Validez del constructo -----	133
5.1.4. Tasa de respuesta -----	133
5.1.5. Tiempo de ejecución-----	133
5.1.6. Estructura-----	133
5.1.7. Variabilidad -----	134
5.1.8. Correlaciones -----	135
5.1.9. Coeficiente de correlación -----	135

5.2. Nivel de fiabilidad (Alfa Cronbach) -----	137
5.3. Resultados de la encuesta-----	139
6. DISCUSIÓN-----	166
7. Conclusiones-----	176
8. Recomendaciones-----	179
9. Bibliografía-----	182
10. Anexos-----	195
Anexo 1: Encuesta a la ciudadanía de la provincia de Tungurahua.-----	195

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Definición del emprendedor.....	22
Tabla 2. Marco teórico Definición de emprendimiento.....	24
Tabla 3. Factores y Dimensiones	41
Tabla 4. Marco teórico Definición de emprendedor	43
Tabla 5. Competencias del emprendedor	53
Tabla 6. Marco teórico	65
Tabla 7. Clústeres conformado por tres asociaciones avícolas	106
Tabla 8. Población Económicamente Activa en la zona de Planificación	111
Tabla 9. Población (Representantes de las cadenas productivas)	123
Tabla 10. Operacionalización dimensiones del emprendedor.....	125
Tabla 11. Operacionalización cadenas productivas	126
Tabla 12. Plan de recolección de la información	130
Tabla 13. Varianza variables emprendedor y cadenas productivas	134
Tabla 14. Correlación de Pearson	136
Tabla 15. Resumen de procesamiento de casos	138
Tabla 16. Estadísticas de fiabilidad.....	138
Tabla 17. Estadísticas de elemento de resumen	138
Tabla 18. Servicios de conectividad	153
Tabla 19. Participación de centros de apoyo.....	154

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Clúster industrial.....	91
Gráfico 2. Clúster informático	93
Gráfico 3. Clúster económico	95
Gráfico 4. Clúster turístico.....	96
Gráfico 5. Logotipo clúster avícola de Tungurahua.....	105
Gráfico 6. Valor agregado bruto por provincias a la manufactura.....	111
Gráfico 7. Población Económicamente Activa en la zona de planificación	111
Gráfico 8. Oportunidad o necesidad de emprender.....	139
Gráfico 9. Formalidad o informalidad	140
Gráfico 10. Éxito con relación académica	141
Gráfico 11. Aspectos importantes para emprender	142
Gráfico 12. Nivel de empleo	143
Gráfico 13. Productividad del emprendimiento	144
Gráfico 14. Políticas de apoyo nacional.....	145
Gráfico 15. Políticas de apoyo local	146
Gráfico 16. Incentivos tributarios	147
Gráfico 17. Incentivos a las importaciones	148
Gráfico 18. Incentivo a las exportaciones	149
Gráfico 19. Servicios financieros	150
Gráfico 20. Infraestructura vial del Ecuador.....	151
Gráfico 21. Costos de energía	152
Gráfico 22. Asociatividad en las cadenas productivas.....	155
Gráfico 23. Cooperación en las cadenas productivas.....	156
Gráfico 24. Nivel de participación en las cadenas productivas	157

Gráfico 25. Tecnologías de la información.....	158
Gráfico 26. Sistemas de capacitación y asistencia	159
Gráfico 27. Competencias de los directivos.....	160
Gráfico 28. Competencias de mandos medios	161
Gráfico 29. Mano de obra	162
Gráfico 30. Sistema de distribución	163
Gráfico 31. Sistema de acopio	164
Gráfico 32. Sistema de innovación	165

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Proceso del emprendedor.....	1
Figura 2. Esquema de Cadena Productiva.....	5
Figura 3. Árbol de problemas.....	14
Figura 4. Dimensiones de creación de nuevas empresas	42
Figura 5. Tipos de competencias.....	54
Figura 6. Matriz.....	57
Figura 7. Cadena Productiva.....	69
Figura 8. Esquema de Cadena productiva.....	70
Figura 9. Procesos	71
Figura 10. Vieja cadena productiva	76
Figura 11. Nueva cadena productiva.....	76
Figura 12. Cadenas Productivas del sector agropecuario.....	78
Figura 13. Cadena productiva de actividades ganaderas	81
Figura 14. Cadena productiva de actividades pesqueras.....	82
Figura 15. Modelos de cadenas productivas agroindustriales.....	83
Figura 16. Cadena productiva del café.....	83
Figura 17. Cadenas productivas del sector industrial.....	85
Figura 18. Clúster agrícola.....	98
Figura 19. Clúster textil	102
Figura 20. Clúster avícola	109
Figura 21. Clúster de cuero y calzado.....	115
Figura 22. Clúster textil	120

RESUMEN EJECUTIVO

Las cadenas productivas de Tungurahua son un ente de aporte a la economía de la provincia muy importante ya que están vinculadas en la reciprocidad existente entre los actores implicados en las relaciones económicas y de provisión de bienes y servicios partiendo de la producción primaria hasta la llegada al consumidor.

En vista de esto se abordó este estudio con el fin de definir como aportan las dimensiones de los emprendedores en el conjunto de empresas que forman cada uno de los clústeres que son parte de dichas redes de producción, para planificar las estrategias apropiadas en base a estos aportes y lograr un afianzamiento de las cadenas productivas.

El estudio permitió conocer que en base al encausamiento de las dimensiones del emprendedor se lograría incrementar los niveles de empleo mejorando la productividad en base al apoyo tanto de políticas locales como nacionales, con el fin de incentivar a los actores a alcanzar los mercados internacionales en beneficio tanto individual y colectivo como para la provincia de Tungurahua.

Basados en los resultados obtenidos durante la investigación se concluyó que las cadenas productivas tienen un gran potencial de desarrollo tanto económico y productivo siempre y cuando se aprovechen las capacidades de cada uno de los emprendedores que son parte de las mismas, por supuesto con la guía y capacitación apropiada para potencializar sus talentos innatos para luego desbordarlos en beneficio general de las cadenas productivas de la provincia de Tungurahua.

PALABRAS CLAVE: INVESTIGACIÓN, EMPRENDEDOR, REDES PRODUCTIVAS, REDES DE COMERCIALIZACIÓN, CLÚSTERES.

EXECUTIVE SUMMARY

The productive chains of Tungurahua are an entity of contribution to the economy of the province very important since they are linked in the existing reciprocity between the actors involved in the economic relations and of provision of goods and services starting from the primary production until the arrival to the consumer.

In view of this, it is justified to approach this study in order to define how the dimensions of the entrepreneurs contribute in the set of companies that form each one of the clusters that are part of said production chains, to plan the appropriate strategies based on to these contributions and achieve a financial consolidation of the productive chains.

The study made it possible to know that based on the induction of the dimensions of the entrepreneur, it would be possible to increase employment levels by improving productivity based on support from both local and national policies, in order to encourage the actors to reach international markets in benefit both individually and collectively and for the province of Tungurahua.

Based on the results obtained during the investigation, it was concluded that productive chains have a great potential for economic and productive development as long as they take advantage of the capacities of each of the entrepreneurs that are part of them, of course with the guidance and appropriate training to empower their innate talents to later overflow them for the general benefit of the productive chains of the province of Tungurahua.

KEY WORDS: INVESTIGATION, ENTREPRENEUR, PRODUCTIVE NETWORKS, MARKETING NETWORKS, CLUSTERS.

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

“Las cadenas productivas de Tungurahua están formadas por diferentes entes, actores o emprendedores, quienes con sus emprendimientos hoy en día forman parte de un importante sector comercial de la provincia y del país, pues sus actividades aportan a la economía del país en un 1.6%” según El Telégrafo (2016, págs. Economía-3), su crecimiento es uno de los temas en el que el gobierno trata de apoyar constantemente, sin embargo dentro este campo se ha podido detectar que las cadenas productivas cuenta con pequeñas empresas en su mayoría de carácter informal lo cual lógicamente genera retrasos en el desarrollo general de la cadena productiva en vista de que estos emprendedores no cuentan en sus negocios con bases legales para su estructuración como tal, y ese es justamente el problema que se pretende analizar por medio de esta investigación con el fin de generar posibles soluciones para cambiar esta perspectiva en las cadena productivas de Tungurahua por lo que es muy importante el llevarla a cabo, para lo cual se procede a hacer un análisis de los principales factores que están relacionados con este tema de investigación como se puede ver a continuación:

Existe personas alrededor del mundo, en todos los hábitos denominado emprendedor lo cual es, una persona decidida a tomar un camino diferente, como un productor de valores de mercado, que se encuentra pendiente de las oportunidades que aún no han sido descubiertas y que de inmediato actúa para que pueda ser aprovechada.

Proceso emprendedor Según Urbano y Toledano (2013, pág. 56). “Es aquel que integra todas las funciones, actividades y acciones asociadas con la identificación y explotación de oportunidades”

Figura 1. Proceso del emprendedor



Fuente: elaboración propia con aporte de Urbano y Toledano, (2013)

Las dimensiones del emprendedor son criterios de agrupación mismos que cuentan con varias características que tienen algo en común.

La formación de emprendedores se integra por dos dimensiones.

1.- La competencia para la identificación de necesidades sociales que constituyen oportunidades de negocios y con la actitud de asumir los riesgos que conlleva la creación de una empresa.

2.- El soporte para la gestión requerida para la creación de empresas que se suman a la planta empresarial de la identidad (Erosa, 2014, pág. 14).

De tal manera el emprendimiento es un tema que se mueve a nivel mundial, ya que la persona que se forma como emprendedor quiere que su proyecto, producto o idea se internacionalice por lo tanto el emprendimiento internacional según Ovitt y McDoudall (2005, pág. 540), es “El descubrimiento, aplicación, evaluación y explotación de oportunidades, fuera de las nación, para crear futuros bienes y servicios”.

El emprendimiento a nivel mundial es una herramienta poderosa para combatir la pobreza y reducir la desigualdad social.

Los investigadores de la GERA (Global Entrepreneurship Research Association) presentaron el informe GEM (Global Entrepreneurship Monitor) 2014, en el Tecnológico de Monterrey, que acogió también la reunión anual del colectivo. El GEM 2014 destaca que a nivel mundial el emprendimiento ha vuelto a crecer, tras la recesión económica de la primera década del siglo XXI.

El emprendimiento a nivel mundial es una herramienta poderosa para combatir la pobreza y reducir la desigualdad social. (Redemprendia, 2015).

Continuando con el análisis a nivel global se ha podido determinar que en España se encuentra los siguientes datos sobre la tasa de actividad emprendedora:

- Por género la tasa de actividad emprendedora (TEA) femenina (sobre el total de población femenina de 18-64 años) en 2012 fue de un 4%, disminuyendo ligeramente con respecto al dato del año anterior (en 2011 fue del 4,5%).
- Por su parte, la TEA masculina (sobre el total de población masculina de 18-64 años) en 2012 alcanzó el 7,4% (en 2011 fue del 7%). En este caso los datos nuevamente están bastante igualados con respecto al año anterior.
- Dentro de la tasa de actividad emprendedora nos encontramos con un emprendimiento por necesidad y un emprendimiento por oportunidad. En el caso del primero (iniciativas creadas por falta de alternativas de empleo) en 2012 el porcentaje alcanzó el 25,6% (en 2011 25,8%).
- Por otra parte, en relación a la TEA por oportunidad (iniciativas que aprovechan un negocio detectado) el porcentaje se elevó hasta un 72,3% (en 2011 71,6%). Esto es, un 72,3% de la actividad emprendedora ha venido motivada por la oportunidad. Mientras que una cuarta parte de la actividad sigue estando motivada por la necesidad y el elevado nivel de desempleo que afecta a España.
- La posición relativa de España en cuanto a la calidad del emprendimiento comparada con el resto de países de la eurozona, debe avanzar especialmente en la disminución del emprendimiento por necesidad, la generación de actividades con expectativas de creación de empleo, la innovación y la intensificación de la internacionalización.
- El miedo al fracaso es otro dato a tener en cuenta, puesto que un 53% de los encuestados afirma que el miedo al fracaso es un obstáculo a la hora de emprender, dato éste que se ha visto incrementado sensiblemente con respecto al año 2011, donde alcanzaba un 51,8% (Universia Holding, 2013).

1.1. Formación de emprendedores

Tradicionalmente asociada a “la educación empresarial” se viven tiempos diferentes en los que se necesita renovar los marcos teóricos, los contenidos pedagógicos y las metodologías didácticas.

El enfoque “emprendedor es el creador de nuevas empresas, reuniendo los recursos necesarios para aprovechar una oportunidad de mercado tomando riesgos controlados” se desmorona ante la rotunda evidencia de la abrumadora cantidad de fracasos empresariales de los últimos 5 años.

Por lo tanto la formación de emprendedores basada en la “educación empresarial” no es un proceso lineal que se traza desde la impartición de conocimientos sobre planificación y gestión de empresas, hasta la puesta en marcha de nuevos emprendimientos, pues en éste proceso, media el talento del profesorado, la motivación y las características personales de los estudiantes además de las condiciones ambientales donde se desenvuelve el proceso cognitivo primero, y en donde se funda el emprendimiento.

De la misma manera la buena práctica de la formación emprendedora es totalmente diferente al enfoque clásico que acostumbra a realizar algunos ejercicios, basados en supuestos teóricos; como por ejemplo, formular un “plan de negocio” que finalmente termina siendo un catálogo de especulaciones muchas veces muy irracionales e irrelevantes a la luz del mundo real (en caso contrario, ¿por qué fracasan 1 de cada 7 empresas en las economías mejor desarrolladas de occidente?) (Dehter, 2009).

En cambio, la “formación emprendedora” en estos primeros y convulsionados años del Siglo XXI debe ser refundada.

Ahora, el proceso de aprendizaje “pasivo” acerca de destrezas para la gestión, tiene que ser un proceso de sensibilización sobre las condiciones revulsivas del entorno y la realización desestructurada de experiencias de aprendizaje que faciliten la inmersión de los participantes en su medio local, regional, nacional e internacional.

Los nuevos componentes que hay que diseñar como objetos de aprendizaje son:

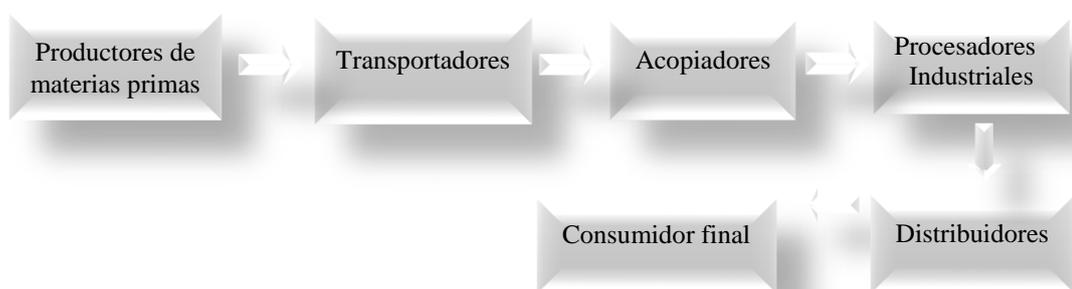
- La identidad digital, la participación en la red porque de ello depende el alcance geográfico de las relaciones sociales, profesionales y económicas que establece el emprendedor.

- Las habilidades para construir y gestionar relaciones personales y profesionales de apoyo, porque de ello depende la provisión de recursos y la ampliación del “mercado” en un escenario severamente recesivo; a la vez que facilitará el desarrollo cuando se reestablezcan condiciones propicias para el crecimiento.
- Las habilidades de comunicación interpersonal (física y virtual), porque es la base de los puntos anteriores y de ello depende el logro de resultados en todos los procesos de intercambio social.
- El cuidado de la salud personal y buenos hábitos de vida, el idioma inglés, experiencias interculturales e intergeneracionales y concientización medioambientales (Dehter, 2009).

Por otra parte la cadena productiva puede definirse como “un conjunto estructurado de procesos de producción que tiene en común un mismo mercado y en el que las características tecnoproductivas de cada eslabón afectan la eficiencia y productividad de la producción en su conjunto”.

De esta manera, la cadena productiva podría caracterizarse como el conjunto de firmas integradas alrededor de la producción de un bien o servicio y que van desde los productores de materias primas hasta el consumidor final.

Figura 2. Esquema de Cadena Productiva



Fuente: elaboración propia con aporte de Mendoza (2012).

En una cadena productiva, intervienen varios actores que desarrollan actividades y relaciones entre ellos para llevar un producto hasta los consumidores.

Las cadenas productivas pueden diferenciarse de acuerdo con la naturaleza de la organización, mientras que “las cadenas de valor son cadenas productivas orientadas a la demanda que involucran productos diferenciados o especializados, las relaciones de coordinación y las reglas de juego están claramente definidas para su gestión, rentas más elevadas en los mercados” (Mendoza, 2012, pág. 31).

Muchas de las iniciativas empeñadas en aumentar la productividad y calidad se han concentrado en la fase inicial de la cadena, es decir en el eslabón de producción; el interés por generar productos con mayor valor agregado ha implicado en menor cantidad la ejecución de diversos programas de apoyo para la industrialización; por último, la fase menos abordada ha sido la comercialización y retroalimentación desde los requerimientos de los consumidores.

Algunas consecuencias generadas por la disminución de la ejecución de programas de apoyo para la industrialización, y la escasa atención a la comercialización, retroalimentación y requerimientos de los consumidores son:

- Frustración en gran parte de los productores, sobre todo de las personas que no cuentan o tienen un acceso mínimo a capacitación, crédito, infraestructura económica (vías, puentes, sistemas de riego, etc.)
- Escaso desarrollo de productos con valor agregado.
- Pérdida de competitividad tanto a nivel nacional como internacional (Rutasycadenas, 2013).

1.2. Transformación productiva

Según Cardona y Escobar (2012), la transformación productiva, según Robledo, Gómez y Restrepo (2008) y Christesen (1995), sustentada en procesos de innovación

se logra con capacidades, en especial las que tienen que ver con la producción, espacio en el cual se expresan los resultados de las capacidades humanas y técnicas.

Es así como la socialización intra e interempresarial de los procesos productivos es el eje fundamental; esta da cuenta del fenómeno de la difuminación o spillovers como mecanismos fundamentales para la incorporación de la innovación.

Schumpeter (1978) explica que el sistema económico puede caer en una especie de destrucción creativa donde las nuevas tecnologías, producto de la innovación, aceleran los cambios que se evidencian en las empresas.

Cabe señalar que en este proceso intervienen factores como la transformación, la distribución, entre otros, por lo tanto entonces se debe definir con claridad cada uno de los procesos importantes que forman parte de esta metamorfosis en la producción las cuales a continuación se presentan.

Transformación.- La transformación productiva debe tener implícita la sostenibilidad ambiental. La empresa debe tener integrado lo financiero, lo social y cultural con la sostenibilidad y la adaptación al cambio climático.

Tener una empresa competitiva es compatible con tener una empresa sostenible. Aquí reside el quid de la transformación productiva (Caf, 2014).

Distribución.- Es necesario distribuir los bienes y servicios entre las distintas personas, la distribución es el complemento perfecto del consumo y de la producción de bienes y servicios.

Gran parte de las empresas que nos rodean no transforman sino que únicamente distribuyen lo que otros producen.

La distribución permite que los bienes y servicios se encuentren en el momento y el lugar adecuados para ser adquiridos por los consumidores (Cadena, 2015).

Canales de distribución: Se denomina canal de distribución a cualquiera de los medios utilizados para conseguir que los productos recorran el camino desde el producto al consumidor.

La empresa productora llega directamente al consumidor sin intermediario.

- Canal propio
- Canal externo

Es la repartición de los ingresos de las unidades de consumo un aporte considerado a cada una de las unidades de producción.

Comercialización.- la comercialización que inicia de esta forma y se crean grupos de productores y productoras en torno a un rubro y se diseñan estrategias grupales de comercialización juntando volúmenes que permiten hacer negociaciones que superan las modalidades tradicionales de hacer negocios (Cadena, 2015).

El emprendimiento en Ecuador hoy en día se considera como una de las herramientas básicas y medulares de la vida empresarial, por tanto se tiene conocimiento que en su mayoría las pequeñas y medianas empresas nacen a partir de ideas novedosas que han sido emprendidas con el fin de generar recursos y empleo para más personas.

Por tanto se puede decir que un emprendedor se considera como una persona que tiene la suficiente motivación para ejecutar acciones que presumen determinado esfuerzo o riesgo, “el emprendedor es una persona como usted y como yo”, y también apreciamos que un emprendedor “con éxito puede tener, todas las edades, los sexos, grados de información, entornos familiares “ Baco (2013, pág. 65), por tanto es importante para la presente investigación que se haga énfasis en todas las dimensiones que este debe tener.

Una de las formas de autoevaluar tu empresa o los negocios que se desea comenzar a realizar, es revisar cuáles son y, sobre todo, cómo son, los problemas a los que no tienes más remedio que hacer frente a diario y estudiar de dónde proceden y por qué

se han producido, por lo general los problemas son de las personas que se llaman emprendedores.

1. Insuficientes análisis previos
2. Especulación sin consolidación
3. Ausencia de FODA consolidado
4. Toma de decisiones

“Las reglas aquí mostradas son la base de ayuda al emprendedor a establecer sus prioridades y estrategias entre las oportunidades que se le presentan y los problemas con los que se enfrentará” (Velasco, 2012, pág. 44).

Para lo que se consideran como dimensiones del emprendedor acciones que este debe tomar desde su concepción psicológica y social, que vienen desde su nacimiento hasta el ámbito en el que se desenvuelve en años futuros, dentro de lo que ingresa educación y otros factores ambientales que pueden ser determinantes al formar la voluntad de una persona y al determinarla como emprendedor o no emprendedor.

La capacidad y la predisposición de las personas hacen que se conviertan en emprendedores y así puedan convertir sus sueños en realidad.

Así lo hizo el principal emprendedor del mundo Steve Jobs (Díaz, 2012).

Entre las dimensiones que debe tener un emprendedor se entienden los atributos que este debe tener para poder liderar su empresa con gran desenvolvimiento y hacerla productiva, por tanto las principales deben ser estudiadas y analizadas de forma correcta, lo que en la actualidad no se acostumbra en nuestro país y por tanto se tiene tan alto índice de fracasos consecutivos al momento de empezar con emprendimientos que en su mayoría exigen mucha responsabilidad por parte del emprendedor.

Muchos no logran sostener su empresa más allá de los primeros años.

En el análisis sobre el ciclo de vida de los emprendimientos se concluye que el 46% de personas tienen la intención de emprender, el 25% es un emprendedor naciente, el 10% es nuevo, el 5% tiene un negocio de 3 a 6 años, y solo el 2% ha logrado mantener su negocio de 6 a 9 años (Lasio, 2014).

Se considera indispensable tener en cuenta factores sociodemográficos como son el entorno familiar, la edad y el nivel educativo, por otra parte también existen factores de dimensión laboral que deben ser estudiados y entre los que se encuentran: la experiencia laboral, la insatisfacción laboral en otros sectores en donde se ha trabajado, los niveles de desempleo en el país, provincia y ciudad; abordando también la dimensión psicológica en donde se tienen aspectos como: la motivación, propensión al riesgo.

“Ecuador se erija una vez más como el país de América Latina con mayor tasa de emprendimiento temprano (TEA), con el 32.6% por encima de Perú, Chile, e incluso del promedio regional, que es de 17.6%, sino que esos negocios crezcan, generen valor y produzcan empleo” (El telegrafo, 2015, págs. Economía-3).

La característica descollante de los emprendimientos tungurahueses es la innovación; como el procesamiento de plantas medicinales, industrialización de alimentos, diseño y producción de ropa de fantasía, mini spa para tratamientos de salud y belleza, entre otros y de esta manera generar áreas productivas. “Dentro de las cifras emitidas por el Directorio de Empresas y Establecimientos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), se determinó que Tungurahua está dentro de las cinco provincias que concentran al 62% de las empresas en el país” (La Hora, 2016, págs. Noticias-2).

Con el fin de promover el desarrollo socioeconómico mediante el fortalecimiento y apoyo a las cadenas de valor existentes, con la finalidad de incentivar un crecimiento económico equitativo y sostenible, que contribuya a mejorar las condiciones de vida y respetando la diversidad cultural de sus habitantes.

1.2.1. Instituciones

Actualmente existen instituciones que ofrece a estos grupos las llamadas "Becas líderes", que cubren el 70% de los costos académicos.

Este beneficio incluye además el auspicio del sector privado para cubrir la totalidad de los costos y así brindarles a los alumnos la oportunidad de adquirir nuevos conocimientos (La Hora, 2012).

1.2.2. Personas que han generado el emprendimiento en Tungurahua

Un claro ejemplo de estos emprendedores es Luis Chango, egresado de la institución costarricense, que fundó una cooperativa junto a un grupo de ocho jóvenes indígenas llamada Mushuc Runa, que significa "hombre nuevo", y de la cual Chango es gerente.

Además de hombre nuevo, para los indígenas del Tungurahua Ecuador significa también demostrar que grupos excluidos pueden participar en la creación de riqueza.

El equipo inició su proyecto con US\$12, un escritorio, seis sillas y una máquina de escribir prestada, y con el paso de los años se convirtió en lo que es ahora: una cooperativa que cuenta con 75.000 socios y US\$37 millones en activos.

"Con 38 jóvenes indígenas y campesinos de Pilahuín, Chibuleo y Quisapincha en la Provincia de Tungurahua creamos la empresa y para el 17 de diciembre de 1997 habíamos logrado el reconocimiento oficial del Ministerio de Bienestar Social", comenta el gerente de Mushuc Runa. (La Hora, 2012)

Poco a poco, con el respaldo y la confianza de los nuevos socios en un período de 10 años, se ha logrado convertir a Mushuc Runa en un referente del cooperativismo a nivel nacional e internacional. Hoy, está presente en las ciudades de Ambato, Pelileo, Píllaro en Tungurahua, Riobamba en Chimborazo, Latacunga en Cotopaxi, Machachi en Pichincha, Guaranda en Bolívar y Puyo en Pastaza. "El compromiso de Mushuc Runa es mejorar la calidad de vida de sus socios", asegura Chango.

Éste representa un ejemplo de la inquietud por emprender de pueblos que, a priori, tienen más dificultades que el resto de comunidades.

Sin embargo, cada vez son más los ejemplos de empresarios de origen indígena que explotan sus recursos en beneficio de la comunidad a la que pertenecen aplicando los conocimientos adquiridos en las aulas.

Por lo tanto la provincia de Tungurahua posee características, gente con capacidad emprendedor, riqueza de biodiversidad, ecológica, cultural y etnia.

A esto se incorpora el Centro de Negocios de Tungurahua, que formó el Gobierno Provincial con las Cadenas Agropecuarias de lácteos, cuyes, mora, papas y uvilla, como productos de mayor demanda para el consumidor (La Hora, 2012).

El PACAT, con 400 agricultores, tiene un lugar fijo para la comercialización en la Plaza Pachano; en donde todos los sábados de 6h30 a 12h30 comercializan variedad de productos agroecológicos como: verduras, hortalizas, frutas de temporada, lácteos, cárnicos y gastronomía. Además han contado con el apoyo necesario en el proceso de certificación de agricultura con la Unidad de Certificación Limpia UCAT y en un amplio programa de promoción y difusión de la feria.

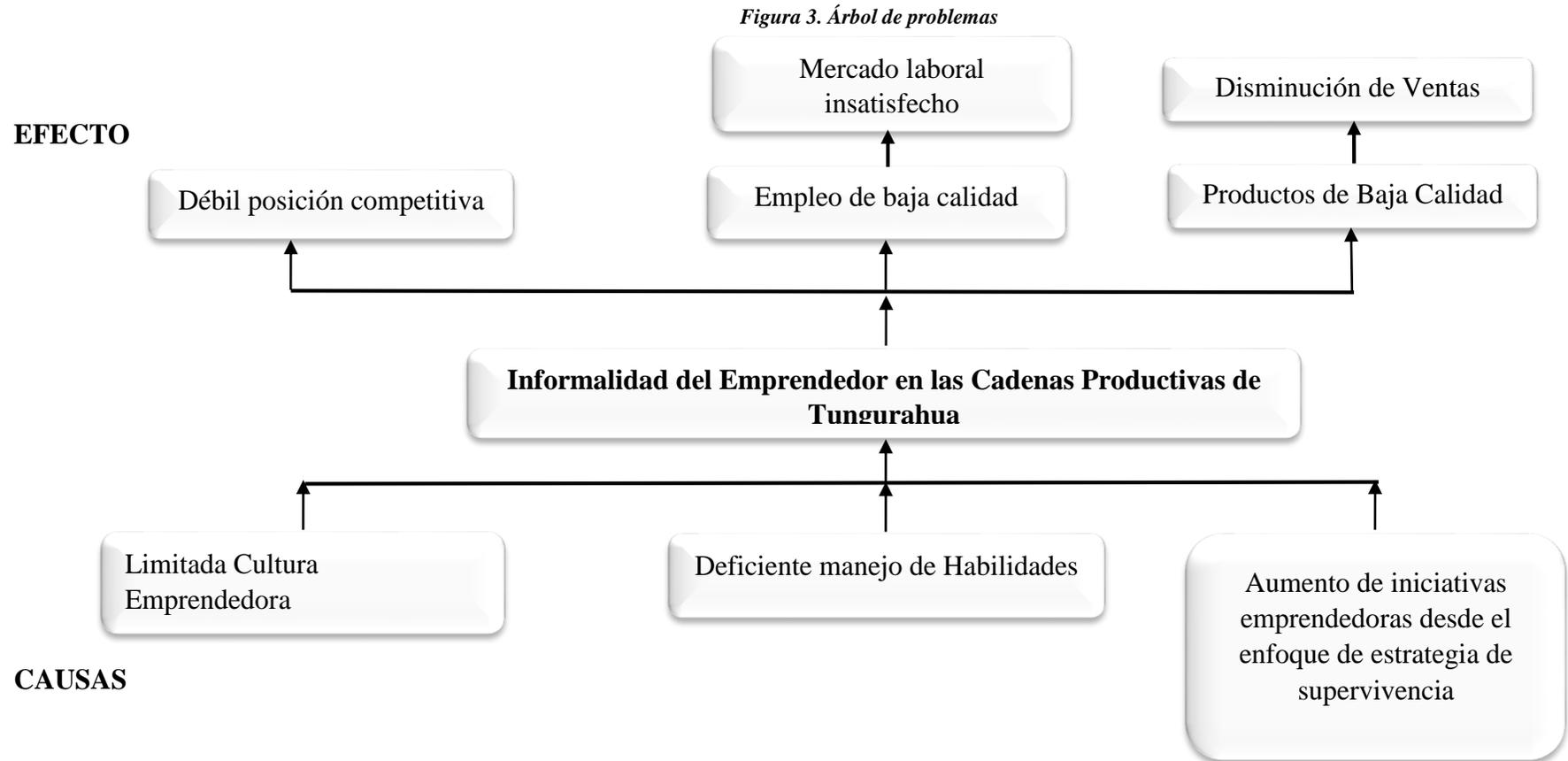
El PACAT, para el año 2016 tiene como proyección incrementar la entrega a domicilio de canastas con productos limpios y certificados. El “CONPAPA” con sus 180 asociados comercializa papa en fresco en diferentes mercados de la provincia; parte de su producción se entrega a la empresa kiwua; la misma que comercializa las papas chips, un producto muy preferido en el mercado provincial y nacional. CONPAPA cuenta con el apoyo necesario para la comercialización de semilla certificada a través del banco de semilleristas del consorcio.

COMPACUY, vende mensualmente 1000 cuyes faenados para la exportación a los Estados Unidos. Han contado con el apoyo para la generación del valor agregado. Actualmente cuentan con un lugar fijo para la comercialización y un restaurante ubicado en la panamericana Sur, vía Riobamba en el sector Santa Lucía del catón

Tisaleo, lugar en el que ofrecen platos elaborados a base del cuy, como ceviche, locro, cuy brosterizado, entre otros. Son 100 productores que están comprometidos en continuar unidos para producir más y en mejores condiciones (Tungurahua, 2015).

Por lo tanto el emprendedor es la persona que organiza, gestiona y asume el riesgo que conlleva la puesta en marcha de un proyecto empresarial, quienes serán los encargados de capacitar y asistir en técnicas para mejorar los conocimientos, la producción, generar valor agregado y sobre todo apoyar los nuevos emprendimientos y fortalecer la comercialización asociativa.

1.3. Árbol de problemas



Fuente: elaboración propia

1.3.1. Análisis crítico

El emprendedor se ha convertido en la actualidad en una parte que genera ingresos en cualquier parte del mundo, pero pasa a ser un problema cuando el emprendedor pasa a ser informal, ya que lleva a un proceso del producto, servicio, idea o empresa de un manera no adecuada.

Y de esa manera la informalidad es una preocupación que se manifiesta en todos los sectores en especial en las cadenas productivas porque existe varias causas que el tema genera como:

Limita la cultura emprendedora, por lo tanto no forma valores en especial el de innovación, creatividad, responsabilidad y de emprendimiento pasando así a tener débil posición competitiva, porque no tienen ninguna manera de generar estrategias frente a la competencia.

También la informalidad causa deficiente manejo de actividades tanto en la ejecución, actividades, control de las personas que tienen como emprendimiento el hacer algo, y esto genera empleo de baja calidad y un mercado laboral insatisfecho donde no se cubre las expectativas que se está esperando.

La informalidad nace por necesidad de las personas para generar ingresos económicos y realizan estrategias de supervivencia no educativas que a corto, mediano o largo plazo tendría una seguridad en el emprendimiento empleado, por lo tanto esto genera productos de baja calidad que tendría disminución de ventas, en resumidas palabras el emprendimiento en vez de generar ganancias por ser nuevo, aumentará las pérdidas y acaso el cierre de la empresa ya no se produce el producto o servicio que se fomentó.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

Analizar las dimensiones del Emprendedor en las Cadenas Productivas de Tungurahua.

2.2. Objetivo específico

- Caracterizar el perfil del emprendedor en Tungurahua.
- Determinar cuál es la productividad y las iniciativas emprendedoras actuales de las cadenas productivas de Tungurahua.
- Establecer el nivel de capacitación y conocimientos de los emprendedores.

3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (ESTADO DE ARTE)

3.1. Antecedentes investigativos

Por medio de investigaciones previamente estudiadas en relación al tema de investigación, se encuentra con algunos ejemplos como:

Según Betancourt y Navarro (2013), en su investigación sobre las cadenas productivas, estrategia de desarrollo empresarial para el municipio de Tamuín, San Luis Potosí indica que la cadena productiva surge como respuesta a la búsqueda de estrategias que conduzcan a las empresas a alcanzar mejores condiciones de posicionamiento al interior de los mercados, disminuyendo costos, elevando la productividad, propiciando la libre competencia, proyectando una visión amplia y clara de la empresa, de sus sectores de mercado y la calidad de los procesos, considerando para esta investigación, el aspecto endógeno en el desarrollo de la cadena productiva.

Por lo tanto llega a concluir que la cadena productiva, es un instrumento que puede ser utilizado por los empresarios como estrategia de desarrollo económico. En el caso de estudio, el utilizar este esquema logra el objetivo de satisfacción al cliente conduciendo a una rentabilidad económica de la empresa.

Mientras tanto en esta investigación escrita por Cardona, Vera y Tabarez (2008), el artículo expuesto las dimensiones del emprendimiento empresarial: la experiencia de los programas cultura y fondo emprender en Medellín, indica que el empresario es un individuo que tiene una orientación gerencial, de crear una empresa, de innovar, tiene una ventaja comparativa en la toma de decisiones porque tendrá un mayor conocimiento sobre los acontecimientos y las oportunidades, es quien asume riesgos y obtiene.

Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar uso diferente a algo ya existente y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la comunidad en la que habita, es suficientemente flexible como para adaptar ideas, posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento en una oportunidad. Se

puede decir que un empresario puede y debe ser emprendedor pero no necesariamente un emprendedor es empresario, eso hace que en esta investigación sea el punto fundamental, el emprendedor y las causas que genera que el negocio sea un proyecto innovador, con ideas nuevas, con el propósito de generar fuentes de trabajo y de la misma manera que la creatividad pueda transformarse en un sustento para sobrevivir.

3.2. Marco teórico

3.2.1. DIMENSIONES DEL EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO LOCAL.

3.2.1.1. Introducción

“El emprendimiento en el mundo tiene un cuidado especial por ser una acción que genera trabajo y desarrollo económico de los mercados, por esta razón los gobiernos despliegan políticas públicas para incitar esta acción a través de incentivos tributarios, fiscales, crediticios, laborales y otros” (Cuervo, Ribeiro, y Roig, 2012, pág. 10).

De acuerdo a Bucardo y Saavedra (2015), El emprendimiento es uno de los principales motores dinamizadores de las economías e impulsores del desarrollo productivo. El tema emprendimiento ha formado parte de las recetas de impulso económico y social productivo de las naciones desarrolladas y, sin excepción, todos aquellos países que abrazan el progreso como su camino al desarrollo, apuestan al emprendimiento entre sus ciudadanos.

Se han realizado innumerables aproximaciones conceptuales, pero desde la visión económica que preocupa, el emprendimiento es la capacidad para identificar y coordinar de recursos productivos al servicio de una idea o innovación con el fin de materializar un negocio. En referencia a Brandt (2015) aduce que la simple estadística de muchos individuos emprendiendo en una sociedad, habla de la salubridad social y económica de la misma.

El emprendimiento contribuye de un modo fenomenal al bienestar y riqueza de la sociedad. Algunas consecuencias y energías constructivas que genera la movida

emprendedora son: competencia, variedad, selección, cooperación, transformación, evolución, imitación, innovación, avance científico y del conocimiento, entre otras. Estas consecuencias se alcanzan inclusive de manera mucho más eficiente y diversificada que las alternativas propuestas por las teorías económicas clásicas, como lo sería el simple gasto público en infraestructura.

En última instancia el beneficiario objetivo del emprendimiento es el propio ciudadano, quién obtiene como resultado la nueva oferta de: productos y servicios, nuevas maneras/procesos de hacer o producir eficientes, generación de nuevos mercados, segmentos y nichos, así como nuevas industrias y fuentes de suministro (Schumpeter, 2003).

En fin, las condiciones para lograr la mayor suma de bienestar y/o felicidad como sociedad, se construyen con el talento, habilidad, capacidad, resiliencia y fortaleza, alto riesgo, dinamismo e impacto que genera la voluntad emprendedora de los individuos. Por ello, el emprendimiento ha sido el ingrediente base de las recetas económicas exitosas para masificar el empuje y empleo individual, logrando el arranque y desarrollo de la economía de un país (Brandt, 2015).

Sin duda, el desarrollo y el crecimiento de cualquier país se basan en el número y la calidad de las empresas que existen en él, ya sean industriales, comerciales, gubernamentales o de servicios. Tocar el tema empresas abre un amplio campo para la investigación y el análisis, no solo por el impacto que estas tienen en los distintos sectores de la economía en términos de la valorización de sus productos o servicios, sino también por su incidencia en la generación de empleo, el desarrollo regional, la innovación de productos y procesos y la investigación, entre otros aspectos.

Pero si bien es fundamental analizar el tema empresas, no lo es menos referirse primero a quienes las crean, ya sea aportando ideas innovadoras, cristalizándolas y tomando el riesgo de echarlas a andar, más con la pasión que con la razón, como lo hacen los emprendedores, o como los empresarios, que, más que con el corazón, también invierten recursos a largo plazo, con la mente fría y con un marcado ánimo de lucro, evaluando y valorando el riesgo, en empresas no necesariamente innovadoras pero sin

duda igual de importantes por el impacto económico que generan (Bucardo y Saavedra, 2015).

El emprendimiento es uno de los principales motores dinamizadores de las economías e impulsores del desarrollo productivo.

El tema emprendimiento ha formado parte de las recetas de impulso económico y social productivo de las naciones desarrolladas y, sin excepción, todos aquellos países que abrazan el progreso como su camino al desarrollo, apuestan al emprendimiento entre sus ciudadanos.

Se han realizado innumerables aproximaciones conceptuales, pero desde la visión económica que preocupa, el emprendimiento es la capacidad para identificar y coordinar de recursos productivos al servicio de una idea o innovación con el fin de materializar un negocio (Bucardo y Saavedra, 2015).

En referencia a Brandt (2015) aduce que la simple estadística de muchos individuos emprendiendo en una sociedad, habla de la salubridad social y económica de la misma.

El emprendimiento contribuye de un modo fenomenal al bienestar y riqueza de la sociedad.

Algunas consecuencias y energías constructivas que genera la movida emprendedora son: competencia, variedad, selección, cooperación, transformación, evolución, imitación, innovación, avance científico y del conocimiento, entre otras.

Estas consecuencias se alcanzan inclusive de manera mucho más eficiente y diversificada que las alternativas propuestas por las teorías económicas clásicas, como lo sería el simple gasto público en infraestructura (Bucardo y Saavedra, 2015).

En última instancia el beneficiario objetivo del emprendimiento es el propio ciudadano, quién obtiene como resultado la nueva oferta de: productos y servicios, nuevas maneras/procesos de hacer o producir eficientes, generación de nuevos

mercados, segmentos y nichos, así como nuevas industrias y fuentes de suministro (Schumpeter, 2003).

En fin, las condiciones para lograr la mayor suma de bienestar y/o felicidad como sociedad, se construyen con el talento, habilidad, capacidad, resiliencia y fortaleza, alto riesgo, dinamismo e impacto que genera la voluntad emprendedora de los individuos.

Por ello, el emprendimiento ha sido el ingrediente base de las recetas económicas exitosas para masificar el empuje y empleo individual, logrando el arranque y desarrollo de la economía de un país (Brandt, 2015).

Parafraseando a Pereira, (2007) puede afirmarse que en la búsqueda de la identidad e integración de los componentes de éste fenómeno se requiere de un soporte ontológico y epistemológico propio y diferenciado, en el que las bases conceptuales faciliten la identificación de sus elementos centrales.

Por otro lado, conviene listar los términos que han sido comúnmente utilizados para referirse al emprendimiento; creación de empresas, espíritu emprendedor, emprendedurismo, empresarismo, entre otros; imprecisiones conceptuales que generan dificultades a la hora de delimitar el tema y definir los contenidos (Orrego, 2008).

El Ecuador reconoce el 33.6% como índice de emprendimiento. Dicho valor expone que en el Ecuador existe una actividad emprendedora muy representativa, esta actividad promueve el desarrollo económico, la producción de diferentes bienes además de servicios (Rivera Bobadillo, 2017).

3.2.1.2. Evolución del emprendimiento

Rivera Bobadillo (2017) Realiza un estudio a profundidad de las etapas de transición que ha sufrido el emprendimiento, diversificadas por tres corrientes que representan su desarrollo, las cuales se presentan a continuación:

Corriente preclásica

El emprendedor es la persona que compra o produce en etapas inciertas, además, genera una actividad económica donde destaca la dirección de la empresa y la especulación del mercado como motor de esa actividad en la que existen dos tipos de personas: los empleados a quienes se les asigna un sueldo y los empresarios quienes realizan ingresos de capital con riesgo.

Corriente clásica

En esta corriente se sostiene que el empresario experimenta con la creación y desarrollo de producción o comercialización.

Además, considera al emprendedor como líder, tomador de riesgos, trabajador superior, capaz de generar cambios, características que lo contextualizan como innovador.

Corriente Neoclásica

El empresario es aquel que cumple con la función de coordinar, organizar y supervisar un negocio.

Es un innovador permanente y representa el principal protagonista del desarrollo económico.

Definición del emprendimiento según escuela neoclásica

Tabla 1. Definición del emprendedor

Corriente	Tipo de escuela	Autor	Definiciones
	Marginalista Alemana	Johann Heinrich Von Thünen (1783- 1850)	El emprendedor podía tener la doble característica de tomador de riesgo e individuo sumamente inteligente.
		Hans von Mangoldt (1824-1868)	El emprendedor es una persona que innova constantemente
	Marginalista Norteamericana	John Bates Clark (1847-1938)	El emprendedor es el coordinador de la actividad económica y los beneficios no son un rendimiento por

NEOCLÁSICO contemporáneo (fines siglo XIX)			asumir riesgos, sino son el salario por su visión y sus habilidades directivas
	Marginalista de Cambridge	Alfred Marshall (1842-1924)	Es el líder dispuesto a actuar en incertidumbre
	Ciclo económico. Destrucción creativa	Schumpeter (1883 - 1950)	Innovador e iniciativa, como eje del desarrollo económico
	Marginalista de Chicago	Frank Knight (1885-1972)	Debe interrelacionar los beneficios y la empresa con la existencia de la incertidumbre. Se considera agente muy dinámico que impulsa el desarrollo y promueve la innovación. El espíritu empresarial es un juicio para analizar los eventos más inciertos, tales como comenzar una nueva empresa, definir un nuevo mercado y quién lo va llevar a cabo. Gestiona la incertidumbre. Capitalista que busca beneficio y no teme asumir riesgos

Fuente: elaboración propia con aporte de Rivera (2017)

En este sentido se propone la siguiente definición de emprendedor:

El individuo identificador de oportunidades que genera innovación y diferenciación de productos o servicios mediante su creación o modificación, con el propósito de brindar satisfacción a los consumidores de un determinado mercado.

Evolución a las redes sociales

Hace aproximadamente 25 años, la investigación sobre las redes sociales emergió como una importante área dentro del campo del emprendimiento, es evidente que la percepción teórica sobre el fenómeno del emprendimiento no es de corte individualista, hay una amplia evidencia de que el emprendimiento es de hecho un fenómeno social y, como tal, está inmerso en las estructuras y redes sociales.

Las revisiones teóricas sobre el emprendimiento, en las cuales se sintetizan las ideas de grandes pensadores, mismos que muestran una visión coherente de un emprendedor sumergido en relaciones sociales para avanzar en la coordinación de sus actividades en un sistema económico complejo; por tanto, el interés de este trabajo se centra en

establecer los aportes de la literatura más reciente acerca de los efectos de las redes sobre el emprendimiento evidentemente.

Los emprendedores no realizan sus actividades de manera aislada, se encuentran embebidos en redes que les proveen acceso a poder, información, conocimiento y capital financiero; así, las redes sociales se convierten en el activo más valioso que posee el emprendedor para apalancar el éxito de su labor.

Un emprendedor que participa de una red más desarrollada (en términos del número y la calidad de los lazos creados), tendrá mayor posibilidad de acceder a recursos escasos, incrementando la probabilidad de éxito del emprendimiento. Las redes permiten el desarrollo de un capital social debido a que hacen posible la interacción repetida mediante encuentros de carácter formal o informal (Herrera H. , 2008).

3.2.2. Emprendimiento

Tabla 2. Marco teórico Definición de emprendimiento

Autor	Definiciones	Elemento clave
Formichella (2012)	El fenómeno emprendimiento puede definirse, dentro de las múltiples acepciones como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación.	Incertidumbre Innovación Economía Político Social
	La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc. Este tipo de actividades son las responsables primarias de la prosperidad recurrente que revoluciona el organismo económico y las recesiones recurrentes que se deben al impacto desequilibrado de los nuevos productos o métodos. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero,	Reformar Productos Revolucionar Organismo Invención

Fuente: elaboración propia con aporte de Rodríguez (2013); Castillo (2015); Formichella (2012)

Castillo (2014)	<p>porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo. Para actuar con confianza más allá del rango de sucesos familiares y superar la resistencia se requieren de aptitudes que están presentes solo en una pequeña fracción de la población y que define tanto el tipo emprendedor como la función emprendedora. Esta función no consiste esencialmente en inventar algo o en crear las condiciones en las cuales la empresa puede explotar lo innovador; consiste básicamente en conseguir que las cosas se hagan.</p>	<p>Reorganizar</p> <p>Aptitudes</p>
Rodríguez (2013)	<p>La palabra "emprendimiento" se deriva del término francés entrepreneur, que significa estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo. Al describir la evolución histórica del término emprendedor, Verin (1982) muestra cómo a partir de los siglos XVII y XVIII se calificaba de emprendedor al arquitecto y al maestro de obra. De esta manera se identificaba en ellos características de personas que emprendían la construcción de grandes obras por encargo, como edificio y casas. Esta concepción se asocia con el concepto de empresa que se identifica como una actividad económica particular, que requiere de evaluación previa sobre la producción y su equivalente en dinero, que en todo momento de la ejecución los criterios para evaluar la empresa ya están determinados en variables de producto y dinero.</p>	<p>Construcción</p> <p>Actividad</p> <p>Evaluación</p> <p>Producción</p> <p>Ejecución</p> <p>Variables</p>

3.2.2.1. Factores determinantes del emprendimiento

Política

La política pública para el desarrollo de empresas debe dirigirse a apoyar sectores dinámicos de negocio en vez de sectores industriales en una región. Desarrollaron un modelo para determinar el crecimiento de una conducta emprendedora. Su modelo de comportamiento se basa en factores de macro ambiente y factores de microambiente.

Los factores macro se refieren a la política pública, a la infraestructura del mercado, a los mercados financieros y a los desarrollos tecnológicos (Berrios y Espina, 2014).

Por otro lado la Política pública para el desarrollo del emprendimiento viene a dar respuesta a las necesidades de articulación de las diferentes acciones que ya se realizan en el país, en materia de emprendimiento, pero de forma desarticulada, dispersa y que a la fecha a pesar de muchos esfuerzos aún no se logra consolidar una cultura del emprendimiento, que permita dar un salto cualitativo hacia emprendimientos dinámicos e innovadores. La expectativa es que esta política sea acogida por instituciones públicas y privadas en todo el territorio nacional. Constituyen un punto de partida para la construcción de los instrumentos de esta política pública los siguientes aspectos:

- Los recursos de apoyo financiero para desarrollar nuevas empresas, los cuales fueron aprobados en el marco de la “Ley de Fomento, Protección y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa”. Estos fondos son requeridos para financiar las etapas tempranas del surgimiento del nuevo emprendimiento y apoyar pruebas de concepto, prototipos y la puesta en marcha de la empresa.
- Existencia de un ecosistema nacional para el emprendimiento, formado por instituciones públicas y privadas comprometidas con la generación y fomento de una cultura de emprendimiento en el Ecuador en especial con emprendimiento de las mujeres y jóvenes
- Desarrollo de instrumentos de apoyo para la creación de emprendimientos con enfoques diferenciales y especializados para la atención a los segmentos emprendedores.
- Articulación de los servicios de apoyo a los procesos de creación de emprendimientos y su formalización a través de mecanismos físicos o virtuales (Ministerio de Economía, 2013).

Normativo

El factor normativo comprende el grado con el que los individuos de un país admiran la actividad empresarial y valoran el pensamiento creativo e innovador define el componente normativo como las normas sociales, valores y conocimientos del comportamiento humano que se comparten en una sociedad por los individuos. Un ambiente normativo positivo no es suficiente ímpetu para promover actividades emprendedoras avanzadas. El factor regulatorio comprende las leyes, regulaciones, programas de ayuda y políticas gubernamentales para promover la creación de empresas, la reducción de riesgo al comienzo de una empresa, y la facilidad de obtener recursos y tener éxito. Este factor especifica las responsabilidades de los dueños de los pequeños negocios al asignar los derechos de propiedad (Berrios y Espina, 2014).

El marco legal o marco normativo proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política. Su fundamento está en LA CONSTITUCIÓN como suprema legislación, que se complementa con la legislación promulgada por la asamblea nacional y la Presidencia de la República, donde se incluyen leyes, decretos, códigos, y regulaciones, dados a conocer por distintas instancias gubernamentales, que guardan estrechos vínculos con la materia en cuestión, facultando a la autoridad correspondiente para que lleve a cabo las labores de administración de conformidad a la estructura detallada dentro de sus mismas competencias (Escob, 2015).

En nuestro país, el marco legal en materia de emprendimiento como ya se lo ha manifestado en escritos anteriores, ha evolucionado en una compleja combinación de leyes y decretos, en regulaciones legales, reglas judiciales y la práctica real. Por tanto ciertas legislaciones pueden ser de nueva creación o estar actualizadas, otras pueden basar su funcionamiento en leyes obsoletas que están desactualizadas, pero que sin embargo aún están vigentes, lo que conlleva a que puedan existir diferentes interpretaciones, conflictos e inconsistencias entre las diferentes partes que dan forma a un marco legal y en consecuencia al proceso en sí (Escob, 2015).

En el Ecuador para la creación de empresas se cuenta con un marco normativo que tienen una gran trayectoria cronológica, teniendo como eje central La Constitución

Política, en su Título XII “Del Régimen Económico y de la Hacienda Pública” (Art. 333), se establece la libertad económica y se considera la empresa como la base para el desarrollo (Escob, 2015).

La Constitución Política del Ecuador plantea como derechos fundamentales el empleo y la educación, los cuales son garantía para generar condiciones de vida dignas y facilitar el desarrollo económico y social del país.

El emprendimiento empresarial es una de las características fundamentales del desarrollo económico y social de los países con economías de mercado, como la nuestra, donde la empresa se presenta como el núcleo esencial de generación de la riqueza que conlleve al bienestar general.

En éste sentido el Estado tiene un papel múltiple en el fomento del emprendimiento, el cual se resume en los siguientes tres roles principales: Como promotor de la alianza público – privada – académica; como facilitador de las condiciones para el emprendimiento y como desarrollador de la dimensión local, regional, nacional e internacional del emprendimiento y ha sido EL MINISTERIO DE INDUSTRIAS quien ha tenido que asumir los retos que implica la aplicación y la competencia como actor responsable de la política pública en la materia y ha identificado como Marco Normativo las principales normas e instrumentos de planificación, que conforman el sustento jurídico de la Política de Emprendimiento (Escob, 2015).

NORMATIVIDAD VIGENTE PARA EL EMPRENDIMIENTO EN ECUADOR

La LEY 29, por la cual se dictan disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico y se otorgan facultades extraordinarias (Escob, 2015).

El DECRETO 393, por el cual se dictan normas sobre asociación para actividades científicas y tecnológicas, proyectos de investigación y creación de tecnologías (Escob, 2015).

El DECRETO 585, por el cual se crea el Consejo Nacional de Ciencia y tecnología, se reorganiza el Instituto Ecuatoriano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología y se dictan otras disposiciones (Escob, 2015).

LA LEY 344, por la cual se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público, se concede unas facultades extraordinarias y se expiden otras disposiciones. Normas correspondientes a la creación de empresas. En el artículo 16 trata sobre el acceso a los recursos para proyectos de incubadoras asociadas al Sena (Escob, 2015).

LA LEY 550, que establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley. Normas sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana por ello se le denominó LEY MIPYMES, posteriormente modificada por la Ley 905 y por la Ley 1151 por la cual se expide el PLAN NACIONAL DE DESARROLLO (Escob, 2015).

Economía

Los determinantes económicos están basados en la tecnología, los mercados financieros y la estructura de los mercados. A estos factores se le incorpora el capital financiero en función del acceso al capital, el nivel de investigación y desarrollo en función de la relación de la tecnología y el desarrollo, la infraestructura profesional en función de los servicios de apoyo a las empresas, y la infraestructura física en función de su accesibilidad de las utilidades para las empresas nuevas o en desarrollo (Berrios y Espina, 2014).

Un aspecto clave del emprendimiento, reconocido por la mayoría de autores (Audretsch, y Strom, 2009; Audretsch, 2007; Baumol, 1990), es la influencia que tiene sobre el desarrollo económico de una región. El propio término implica crecimiento económico, ya que nos referimos a crear nuevos negocios, lo que a su vez creará más riqueza y más puestos de trabajo. Esto se debe a varias razones.

1. El emprendimiento y en especial las start-ups son el motor que facilita el desarrollo de nuevas capacidades. La ausencia de emprendedores ralentizaría el crecimiento económico, ya que estos son el mecanismo que une capital, trabajo y tecnología de una forma rápida, flexible y eficaz (Schumpeter J. A., 1939). Además la importancia de los emprendedores en el crecimiento económico de una región queda patente en distintos estudios (Baumol, 1990; Fritsch, 2013; Audretsch, 2007).

2. Las start-ups ayudan a estimular la productividad y promueven la eficiencia de las empresas ya establecidas en el mercado mediante el aumento de la competitividad y el foco en nichos de mercado (Baumol, 1990). Esto se debe a que el modelo de negocio de las start-ups, más rápido, focalizado y flexible que el de las empresas ya asentadas en el mercado, obliga a estas a ser más eficientes y competitivas, ya que si no, las *start-ups* se harán con su cuota de mercado. Además las innovaciones de las start-ups ayudan a encontrarnos con mercados con una mayor variedad de productos que satisfagan nuestras necesidades. De esta forma las start-ups logran, no solo mejorar la competitividad del mercado, sino que también estimulan el crecimiento.

3. El hecho de que las start-ups sean empresas de capital-riesgo se debe a que en su mayoría dedican sus esfuerzos a investigar y desarrollar nuevos productos que sean disruptivos. En cambio, las grandes empresas, las cuales ya están asentadas en sus respectivos mercados, centran sus esfuerzos en mejorar sus productos ya existentes y no intentan innovar hasta que un competidor lanza un producto nuevo, el cual les quita cuota de mercado. Un ejemplo muy claro es el mercado de telefonía móvil. Las grandes marcas de dispositivos móviles se encontraban bien asentadas en el mercado, como es el caso de Nokia o Samsung, hasta que *Apple* lanzó el *i-phone*. En ese momento las empresas se vieron obligadas a reaccionar y empezar a desarrollar proyectos innovadores. De esta forma las start-ups crean la necesidad de innovar y por consiguiente aceleran el crecimiento económico.

4. Las pequeñas empresas tienen mayor potencial de crecimiento que las grandes empresas (Almus y Nerlinger, 2000). Por un lado, las grandes empresas que se encuentran ya establecidas en el mercado se ven obligadas a monitorizar de forma intensiva todas sus operaciones debido a la estructura jerárquica que las caracteriza.

Por otro lado, las pequeñas empresas, y en especial las start-ups, gozan de una estructura mucho más flexible lo cual permite experimentar e innovar de forma constante.

5. Dado que hoy en día vivimos en un mundo globalizado, las start-ups poseen una mayor capacidad para internacionalizarse, ya que “nacieron globales” (Knight y Cavusgil, 2004). Esto les otorga una mayor capacidad de actuación y por consiguiente un mayor beneficio. En conclusión, podemos afirmar que las regiones con altos niveles de emprendimiento se beneficiarán de un crecimiento económico fuerte en los siguientes años (Cumming, Johan, y Zhang, 2014).

Cultura

Los factores sociales integrados en este modelo son la educación y la cultura (Acs y Armington, 2003). La educación se analiza a través de la cantidad de las personas formadas con intenciones de crear una empresa. La cultura se analiza a través de la capacidad innovadora y el fomento del emprendimiento de una región (Berrios y Espina, 2014).

Se definirá la actividad emprendedora, según Bosma y Harding (2006), como la cantidad de personas que se encuentran en el proceso de crear una empresa o que ya son nuevos dueños de una empresa. Los elementos de la actividad emprendedora identificados son los mercados de bienes y servicios, las oportunidades, el ambiente empresarial y la innovación (Berrios y Espina, 2014).

El emprendimiento y la cultura de una región guardan una relación muy estrecha, debido al efecto de la cultura en las características de las organizaciones que forman una sociedad. De hecho, los valores en una determinada cultura sirven de filtro para ciertos comportamientos afines al espíritu emprendedor. Es más, se cree que las diferencias entre culturas de distintas regiones demuestran que de verdad existen culturas más asociadas al emprendimiento y donde es mucho más fácil emprender (Heilman, 2001).

Podemos definir la cultura de una región como un conjunto de valores y creencias compartidas en esa región y que motiva a la sociedad a comportarse de cierta manera (Hofstede, 2003) se centra en las diferencias interculturales entre distintos países para llegar a la conclusión que la diferencia entre estas culturas se puede resumir en cinco dimensiones:

1).- Distancia al poder: Se refiere a la percepción de los individuos de una sociedad en cuanto a la desigualdad en la distribución de poder. Las sociedades con elevada distancia al poder se caracterizan, no sólo porque haya individuos con mucho más poder que otros, sino que también suele tratarse de naciones muy jerarquizadas y con efectivos mecanismos de control. En esta categoría se suelen encontrar países árabes y latinoamericanos. Varios autores argumentan que es posible que encontremos mayores niveles de emprendimiento en culturas con elevada distancia al poder debido a que se ejerce una influencia en las capacidades necesarias para comenzar un proyecto (Bussenitz y Lau, 2012).

2). Individualismo: como oposición al colectivismo, hace hincapié en la tendencia de los individuos a actuar de forma autónoma, independizándose de los grupos sociales, o, por lo contrario, actuar principalmente como miembro de un grupo u organización. En las sociedades más individualistas, se valora más la libertad, la autonomía y el interés propio. Sin embargo, en las sociedades más colectivas, los individuos se consideran más interdependientes e iguales al resto. Además sienten que forman parte de un gran grupo, por lo que prefieren seguir las metas comunes antes que las personales. El materialismo y riqueza como fin que caracteriza a las sociedades individualistas, hacen que sean más adecuadas para el emprendimiento (Gupta, Canever, Yim, Sraw, y Liu, 2014).

De hecho, Hofstede (1980) argumenta que el énfasis en el grupo de las sociedades colectivistas, hacen muy difícil el éxito del emprendimiento.

3).- Masculinidad: Esta dimensión representa las diferencias entre las sociedades cuyos valores están más cercanos a lo que tradicionalmente se entiende como “masculinos” o “femeninos”. Una sociedad “masculina” estará más centrada en la

recompensa material, mientras que una más “femenina” se preocupará más por la calidad de la vida (Hofstede, 1998). Cuanta mayor sea la diferencia de valores entre la población masculina y femenina, mayor será el nivel de masculinidad (Hofstede y McCrae, 2004).

En general las cualidades necesarias para dirigir una empresa tienden a ser masculinas (Heilman, 2001), lo que incluye al emprendimiento, ya que se necesita independencia, agresividad, autonomía y coraje, rasgos típicos del hombre (Gupta, Turban, Wasti, y Zikdar, 2009).

Aun así hay que destacar que esta dimensión no tiene relación con el género del emprendedor, esta dimensión sólo hace referencia a un tipo concreto de sociedad.

4).- Evasión de la incertidumbre: hace referencia a la tolerancia de la sociedad a la incertidumbre y la ambigüedad, es decir, la capacidad de una sociedad para asumir riesgos. Los miembros de las culturas que experimentan una mayor evasión de la incertidumbre suelen sentirse incómodos ante situaciones nuevas e inesperadas. En este tipo de culturas, la sociedad intenta minimizar la incertidumbre mediante la imposición de estrictas leyes, estructuras bien definidas y mediante fuertes medidas de seguridad. Dado que el emprendimiento implica un alto nivel de riesgo, se asume que las sociedades con un alto nivel de evasión de la incertidumbre no tolerarán este tipo de prácticas. De hecho estudios como los de Shane (1993) demuestran empíricamente que existe una relación negativa entre la evasión de la incertidumbre e innovación, así como entre la evasión de la incertidumbre y la toma de riesgos.

5).- Orientación a largo plazo: describe aquellas sociedades que tienen una perspectiva de futuro. Una sociedad con este tipo de orientación fomenta el ahorro y la inversión, es decir, se fomenta el uso del capital como herramienta para obtener aún más capital en un futuro. En cambio, las sociedades con una orientación más cortoplacista tienden a enfocarse más en el pasado y el presente y suele presentar altos niveles de consumo, por lo que no se suele encontrar inversión. Este tipo de sociedades se encuentran apalancadas en la tradición, lo que impide una fuerte innovación. Por lo tanto, una cultura que fomente el emprendimiento tenderá a tener una orientación más

a largo plazo, ya que al fomentar la inversión favorece la creación de nuevos negocios. Por ello, los emprendedores deben desarrollar cualidades que sean compatibles con este tipo de sociedades si quieren sobrevivir a la competencia (Hofstede, 2003).

Continuando con la investigación según (Bussenitz y Lau, 2012) en su artículo publicado “Un Modelo Cognitivo Transcultural de la Nueva Creación de Venture” expone: “En conclusión, se piensa que una sociedad individualista, masculina con una gran distancia al poder y que no evade la incertidumbre, si no que promueve la toma de riesgos, constituye un ambiente muy favorable para el emprendimiento” (Torroba, 2014, pág. 207).

Educación

El factor cognitivo comprende el conocimiento, las habilidades y los marcos para categorizar y evaluar la información que poseen los individuos en una región. Las habilidades para identificar la información relevante para manejar el riesgo inherente a un negocio deben tener relación con la actividad emprendedora. El conocimiento de cómo iniciar una empresa podría estar disperso en una región (Berrios y Espina, 2014).

La formación de emprendedores es un tema de debate en la actualidad. Cada vez son más los estudios que afirman que un cambio en la educación de la sociedad, sobre todo en colegios y universidades, puede generar un alto nivel de emprendimiento, dado que ahora se considera el emprendimiento como una disciplina que puede aprenderse (Timmons, 2013). Lo que es más, se cree que esta formación es esencial para poder entender los mercados, el funcionamiento de las organizaciones que operan en estos y los cambios en la sociedad.

Como dijo Baumol (1990), el estudio de la empresa sin un entendimiento del emprendimiento es como un estudio de Shakespeare en el que el príncipe de Dinamarca ha sido suprimido de la discusión en Hamlet. En primer lugar, los productos y servicios ofrecidos hoy en día contienen mucha información técnica, difícil de comprender y es el emprendimiento el mecanismo que hace posible que los productos y servicios que contienen esta información se sigan desarrollando. Por lo tanto, el estudio de esta disciplina ayudaría a las futuras generaciones a comprender

mejor la realidad que nos rodea y a ser capaces de seguir desarrollándola. En segundo lugar, el emprendimiento es el mecanismo gracias al cual se pueden descubrir y mitigar las ineficiencias temporales de la economía (Kirsner, 2015). Por último, si aislamos el emprendimiento de las distintas fuentes que generan cambios en una sociedad capitalista, nos damos cuenta que el motor principal de estos cambios es la innovación resultante del emprendimiento.

En la actualidad, son cada vez más las universidades y escuelas de negocio que ofrecen cursos sobre iniciativa emprendedora y pequeñas empresas, pero cada una sigue su propio modelo de enseñanza. Aun así, la base de esta formación reside en la enseñanza primaria, donde todavía no se están experimentando cambios significativos hacia esta dirección.

De hecho encontramos sendos esfuerzos por parte del Estado para fomentar este tipo de formación tanto en colegios como universidades. Se debe distinguir entre tres aspectos clave a la hora de formar alumnos en la disciplina del emprendimiento según Gorman, Hanlon, y King (1997): formación en iniciativa emprendedora, formación en empresas y formación en gestión de pequeñas empresas.

Además, en este mismo estudio Gorman defiende que la formación en esta disciplina tiene que estar más orientada a la práctica, ya que de esta forma el alumno será capaz de desarrollar nuevas habilidades esenciales para llevar a cabo un proyecto (Kirby, 2013).

Dicho esto, se debe destacar que los cursos que se imparten normalmente no inciden en estos tres aspectos, si no que suelen desechar la formación en iniciativa emprendedora (Torroba, 2014).

Financiamiento

El Gobierno actual ha incluido como una de las prioridades de las Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento, potenciar el financiamiento a las empresas de menor tamaño y al emprendimiento.

En el caso de las nuevas empresas o emprendedores, los problemas de asimetrías de información y acceso al financiamiento pueden ser importantes, ya que carecen de historial crediticio, no cuentan con un colateral y el riesgo asociado es alto, especialmente cuando se trata de empresas de alta tecnología, por tal motivo a medida que la empresa va creciendo y requiere una mayor cantidad de fondos, los emprendedores acceden a financiamiento más formal como el capital riesgo y luego al financiamiento bancario (Economia.gob, 2015).

La financiación es uno de los factores más importantes del emprendimiento. Para llevar a cabo un nuevo proyecto empresarial es necesario tener capital, razón por la cual, aquellos emprendedores que no tienen o no consiguen levantar el capital suficiente, fracasan incluso antes de comenzar (Blanchflower y Oswald, 2012).

Esto queda demostrado de forma empírica en el estudio llevado a cabo por Van Gelderen, Thrurik, y Bosma (2005) en el que concluye que la dificultad para conseguir el capital inicial es una variable que afecta de modo directo y negativo a la puesta en marcha de una empresa.

Por ello, podemos ver la financiación como el medidor de éxito de una start-up, ya que el éxito de ésta reside en el capital que es capaz de conseguir. La existencia de la financiación es el resultado de las limitaciones de capital de aquella persona que crea una empresa, ya sea una start-up o una gran empresa.

Si cada emprendedor tuviese suficiente capital como para crear su propia empresa, entonces no existiría la financiación. Visto esto, hay que destacar que hoy en día la principal fuente para obtener “el capital semilla” son los llamados *family, friends and fools*, es decir, amigos y familiares del emprendedor, ya que para crear una start-up sólo se necesita una pequeña cantidad de capital.

Aun así, hay emprendedores que no se pueden hacer con el dinero necesario para comenzar el proyecto. Esto nos lleva a la cuestión sobre la limitación financiera en el emprendimiento. En un principio se consideraba característica fundamental del emprendedor la responsabilidad ante todos los riesgos que conllevaba su aventura

empresarial. Por lo tanto se defendía que no debería haber financiación, ya que entonces, son las entidades que proporcionan el crédito las que asumen el riesgo financiero (Knight, 2012).

Más tarde se defiende que la función del emprendedor es simplemente identificar las oportunidades del mercado, mientras que es el inversor quien asume el riesgo por él (Schumpeter, 2003).

De esta forma se afirma la financiación como parte clave del emprendimiento.

Debido a que el emprendimiento ayuda al desarrollo de una economía, son muchos los organismos gubernamentales a nivel mundial que intentan potenciar la proliferación del emprendimiento. Con este fin llevan a cabo varias acciones como otorgar ayudas económicas (subvenciones) a los emprendedores o protegerles legalmente.

De todas las posibles acciones, se cree que las más efectivas son aquellas destinadas a la facilitación de financiación, ya que de esta forma reducen las limitaciones de los emprendedores. Según *The World Bank*, de estas acciones, destacan por su mayor efectividad, las desgravaciones fiscales para los fondos de inversión y la inversión directa por parte del gobierno a través de incubadoras y fondos de capital-riesgo estatales (Torroba, 2014).

Estructura productiva

El capital emprendedor comprende todos aquellos factores y fuerzas de la sociedad que conducen a la creación de empresas. Es la dotación de una región de factores propicios a la creación de empresas. Su modelo encontró que existe una relación positiva al crecimiento económico medida por el ingreso per cápita regional. Este mismo concepto fue aplicado para investigar su relación con la productividad laboral regional. Los resultados sugieren que el capital emprendedor tiene un gran impacto positivo en la productividad laboral regional (Berrios y Espina, 2014).

Para poder desarrollar una empresa productiva de éxito, primero hay que tener la preparación en todos los integrantes de la sociedad, si los empleados y los directivos

de una empresa están capacitados y saben cómo realizar sus tareas con disciplina y control, podemos llegar a formar una empresa con estructura sólida y altamente productiva.

Cada parte de la empresa funciona como una singularidad de un organismo vivo, cada una de las piezas del rompecabezas llamado empresa, debe de encajar y funcionar de manera óptima, no es posible hacer un producto exitoso si una parte de la compañía falla o es deficiente, para eso cada parte de la misma debe de optimizar sus procesos y llevar cada proceso como un proyecto, no importa lo que se realice, todos los aspectos son importantes y son vitales para lograr un objetivo común, salir y convertirse en los líderes del mercado (Manzano, 2016).

Como enunciamos en el párrafo anterior, tenemos que encontrar, delimitar y desarrollar cada parte de la empresa como un proyecto, y la metodología a aplicar en cada uno depende de la complejidad y del tipo de empresa. No existe una regla fija, lo que hace compleja la situación, debido a que muchas empresas se perjudican por intentar mejorar, debido a que se quieren en muchas ocasiones copiar lo que hacen los demás e incluso desean parecerse a la competencia.

Pero, si es un emprendedor que acaba de crear una necesidad al mercado, ¿cómo hacemos?, con más razón no se puede dignar a copiar, esta salida fácil terminaría destruyendo poco a poco la compañía por no saber controlarla. Hay que conocer bien a cada uno de las partes que conformarán mi empresa, desde la compra de insumos, manufactura e inclusive los clientes a quienes me dirijo.

Es fácil decirlo, pero la complejidad es alta, asesórese, capacítese, organícese y después crezca; existen diversos tipos de estudios para hacer esto posible, cada uno se desarrolla según la necesidad objetivo; si se realizan a conciencia y con la seriedad que eso implica, no tendría ni miedo o incertidumbre para atacar el mercado, será exitoso, no hay duda (Manzano, 2016).

Innovación

La innovación es una actividad sumamente ligada al cambio. Este cambio no tiene por qué ser significativo, pero implica una muestra de renovación.

Puede tratarse de un cambio tanto en la esencia como en la estética de un producto, proceso o servicio. Un innovador suele mirar el mercado para satisfacerlo, por lo que la innovación se entendería como un proceso que puede partir con una idea para culminar con un nuevo producto o un producto mejorado que se ha logrado introducir en el mercado (Gordillo, 2014).

Los emprendedores pueden desempeñar un rol esencial en la innovación. Parte importante de las innovaciones no surge en los departamentos de Investigación y Desarrollo (I+D) de grandes empresas, sino de ideas de personas que observan el mercado e identifican nuevas oportunidades de negocios innovadores.

La Innovación y emprendimiento mantienen una estrecha relación, pues existe un fuerte vínculo entre estos dos conceptos, por lo que es habitual que sean mencionados juntos, aunque son cosas distintas.

Mientras que el emprendimiento se refiere a la acción mediante la cual se inician nuevos negocios, la innovación es la implementación de novedades o mejoramientos significativos.

Así, un emprendimiento no conlleva necesariamente una innovación (cuando, por ejemplo, se crea una empresa que hará lo mismo que otra ya constituida), del mismo modo que una innovación no requiere necesariamente de un emprendimiento para implementarse (cuando, por ejemplo, se implementa un mejoramiento en una empresa existente).

Cuando ambos procesos confluyen, creándose un nuevo negocio basado en una innovación, se habla de emprendimiento innovador.

El innovar genera alto crecimiento ya que es habitual que los emprendimientos innovadores sean más complejos que los que no están basados en innovaciones, pues deben enfrentar, junto a las tareas propias de la puesta en marcha de un negocio, aquellas dificultades inherentes a introducir algo nuevo en el mercado.

Sin embargo, la expansión en los niveles de producción y ventas y, en consecuencia, el crecimiento de un nuevo negocio, suele ser mucho mayor cuando la actividad que se ha iniciado está basada en una innovación (Emprendedores, 2015).

3.2.3. DIMENSIONES DEL EMPRENDEDOR COMO AGENTE DE DESARROLLO LOCAL

3.2.3.1. Introducción

Según el autor Gartner (2017) la creación de nuevas empresas es un fenómeno multidimensional, cada variable describe sólo una dimensión y no debe ser tomada de forma aislada. Este autor presenta un listado de las variables del marco conceptual que corresponden a las cuatro dimensiones del proceso de creación de nuevas empresas, donde se ilustra el alto grado de complejidad en la interacción de estas variables del fenómeno multidimensional que implica la creación de empresas.

Haciendo un paralelo entre las dimensiones planteadas por Gartner (2017), y los factores tanto internos como externos identificados por (Bolaños, 2006) resulta que los factores internos representan las dimensiones del individuo; y los factores externos están relacionados directamente con el entorno, donde las dimensiones proceso y organización son las interfaces entre los factores externos e internos (Cardona, Vera y Tabares, 2014, pág. 47).

Tabla 3. Factores y Dimensiones

Factores (Bolaños)	Dimensiones (Gartner)		
Internos Variables del individuo que determinan el comportamiento, proceso mental, conocimientos, habilidades, herramientas y destrezas etc.	Individuo Necesidad de logro, control de locus, propensión a toma de riesgo, experiencia, satisfacción del trabajo, padres empresarios, edad, educación		
Externos Estado, las leyes, los tratados comerciales, incentivos fiscales, esquemas de financiamiento, recursos tecnológicos, humanos y financieros	Entorno Capital disponible, acceso a proveedores, consumidores, transporte, recursos financieros, instalaciones, habilidades técnicas, entorno, condiciones urbanas, de vida etc.	Proceso Oportunidades de negocio, los empresarios, el mercado, mercado de productos y servicios, construcción de redes	Organización Diferenciación, innovación, cambio de regulación, competencias paralelas, transferencias

Fuente: elaboración propia con aporte de Bolaños (2006)

Por medio de la identificación de los factores o las dimensiones del emprendimiento de la región en la que se habita, se favorece el desarrollo de nuevas empresas y también el crecimiento de las empresas ya existentes. Sin embargo, la capacidad de emprendimiento de un territorio no se relaciona exclusivamente con la creación de empresas, sino con la actitud hacia las transformaciones, con las formas de pensar y con las acciones de las personas encaminadas al desarrollo y crecimiento.

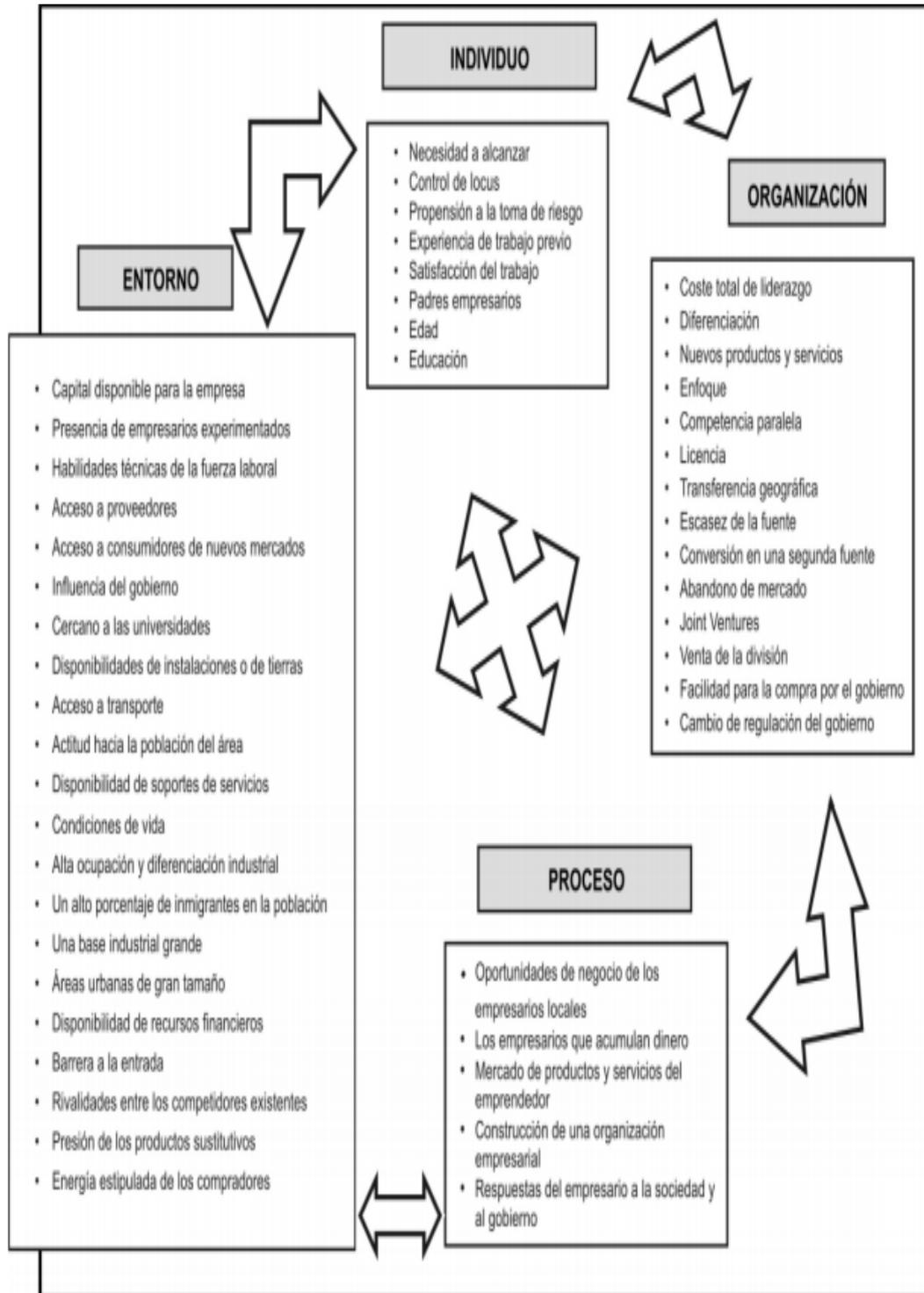
Para que la región se enfoque a su desarrollo con un enfoque de emprendimiento (desde el ámbito empresarial), es necesario:

- 1) Conocer, analizar y rescatar las especificidades del territorio que potencien las capacidades emprendedoras de los individuos.
- 2) Crear un escenario propicio para desarrollar las ideas emprendedoras de los individuos. Este segundo punto lo desarrollan los agentes de políticas encargados de diseñar y ejecutar programas orientados hacia el desarrollo local.

El esquema siguiente presenta variables que tanto el individuo como el entorno deben desarrollar para generar un escenario posible de creación de empresas. Estas variables caracterizan las dimensiones del individuo, el entorno, la organización y el proceso de la creación de nuevas empresas desarrollado por Gartner (2017).

El esquema 4 también incluye variables enunciadas por los autores McClelland (1961) y Timmons (1999) en Varela (2001:74-75) que se enmarcan dentro de este mismo esquema de análisis (Cardona, Vera, y Tabares, 2014, pág. 49).

Figura 4. Dimensiones de creación de nuevas empresas



Fuente: elaboración propia con aporte de Gartner (2017).

Tabla 4. Marco teórico Definición de emprendedor

AUTOR	DEFINICIÓN	ELEMENTO CLAVE
Pfeilstetter (2011)	Emprendedor es quien, según el Diccionario de la Real Academia Española (22ª edición), "emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas" y emprender es "acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro", (Torroba, 2014) presupuesto genérico que conlleva la idea central del hombre moderno de que el esfuerzo personal, la libertad del individuo y la igualdad de oportunidades contribuyen al desarrollo de la condición humana.	Resolución Acciones Comenzar Negocio Oportunidad Desarrollo
Alonso y Galve (2012)	En definitiva, los emprendedores se podrían definir como individuos que innovan, identifican y crean nuevas oportunidades de negocios, reuniendo y coordinando nuevas combinaciones de recursos para extraer los máximos beneficios de sus innovaciones en un entorno incierto.	Innovar Identificar crear
Rodríguez (2012)	La definición del término emprendedor ha ido evolucionando y se ha transformado con base en estas dos concepciones, hasta hoy en día, que caracteriza a la persona en un estado de innovación permanente, altamente motivada y comprometida con una tarea, que reporta unas características de planeación y ejecución, propensa al riesgo, y a la vez esquiva a la comprensión de sus propias dinámicas	Evolucionar Transformar Motivado Comprometido Planeación Ejecución
Duarte y Ruiz (2013)	El emprendedor es "un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad"	Líder Previsor Evaluador
Quevedo, Izar, y Romo (2014)	El emprendedor es el "agente económico que compra medios de producción a determinado precio, a fin de combinarlos y crear un nuevo producto".	Agente Económico

Fuente: elaboración propia con aporte de Pfeilstetter (2011); Alonso y Galve (2012); Rodríguez (2012); Duarte y Ruiz (2013); Quevedo, Izar y Romo (2014).

3.2.3.2. Ecosistema del Emprendedor

Las variables que determinan qué es un ecosistema para Javier Megías, fundador y CEO de StartupXplore, son cuatro: (García I. , 2014).

La densidad, como polo de atracción. “No se trata tanto de si hay muchas, sino de lo juntas e interrelacionadas que están. En Estados Unidos hay siete ecosistemas potentes: Silicon Valley, New York, Los Ángeles, Boston, Chicago, Seattle y Austin. En España, como mucho, hay tres: Madrid, Barcelona y Valencia. La densidad atrae talento, inversión, ayudas, investigación...” (Castro, 2014, pág. 69).

Disponibilidad de inversión. Un ecosistema debe ser un punto de encuentro donde fluya el dinero, tanto de fondos públicos como de privados, business angels y venture capitals. “Cuanto más alta es la ronda media, más inversores, más conocimientos, más contactos, más madurez y más experiencias habrá”, insiste Megías. En los 20top, la inversión del capital riesgo aumentó un 95% a partir de 2013 (García I. , 2014).

Madurez. Ésta hace referencia a la fase de desarrollo de las compañías y a la experiencia tanto de los fundadores como de los empleados. “Genera densidad y talento y, por tanto, atrae al inversor. El valor de los *exit* en Europa ha crecido mucho más que en Estados Unidos (4,1 en Europa frente a 1,5 en EE UU), pero el valor medio de salida es un 82% más alto al otro lado del Atlántico. Cuanto más *exits* haya, más emprendedores con experiencia vuelven al mercado, bien para fundar de nuevo o invertir” (Castro, 2014, pág. 70).

Talento especializado. Tiene que ver con la disponibilidad de gente preparada y especializada en startups, no sólo de empleados sino también de personal de apoyo (abogados, gestores, mentores y asesores, entre otros).

A estos cuatro factores, otros expertos añaden otros dos:

Educación. En los ecosistemas existe una cultura de apoyo a la innovación y a los valores empresariales en todos los estadios sociales y mucha vinculación entre la universidad y las startups.

Entorno amigable. Entendido como facilidades para la creación de empresas, políticas de incentivos fiscales, ayudas a la inversión... Para **Jorge Dobón**, CEO de Demium Startups, “ésta es la primera condición para que se cree un ecosistema: debe existir una actitud y una cultura emprendedora de la población y de las instituciones” (Castro, 2014, pág. 71).

En primera instancia, se plantea una descripción general de las características del ecosistema emprendedor, para entender el contexto local en el cual emergen las empresas sociales. Para la fundamentación de este contexto, se han revisado los pocos estudios locales que trabajan el tema específico de las empresas sociales y del ecosistema emprendedor social.

Estos estudios reconocen un escenario socioeconómico paradójico contemporáneo, donde indicadores de alta prosperidad económica no se ven reflejados en la cobertura de las necesidades más urgentes de buena parte de la población. Paradoja que da sustento al crecimiento de una economía social que, si bien hasta hace poco empezó a ser estudiada formalmente, desde hace varias décadas ha tenido presencia en la figura de modelos cooperativos, microfinancieros y del tercer sector (Vera, Priale, y Fuchs, 2014).

Para los efectos de este estudio, se ha decidido recurrir al término de emprendimiento social, debido a la diversidad de las organizaciones que han sido analizadas. No todas estas organizaciones se identifican con el término “empresa”, en tanto éste puede tener, para algunas de ellas, un significado negativo orientado al lucro.

Es así que se ha optado por hacer referencia al término emprendimiento social, en tanto el sentido más genérico de “ser emprendedor” no es homólogo a “ser empresario”, sino a tener una iniciativa innovadora que puede promover desarrollo y cambio social, recurriendo a estrategias de sostenibilidad económica.

En este sentido, para el presente estudio, el termino emprendimiento se define como un fenómeno socioeconómico multifactorial, el cual resulta básico para el desarrollo económico y cambio social de cualquier país, región o agrupación humana que, al

identificar oportunidades de generación de valor, impulsa revoluciones socioeconómicas para el mejoramiento de las condiciones productivas y de vida de las personas.

Siendo esta una definición potente y general, permite abarcar diferentes tipos de iniciativas que apelan a múltiples estrategias productivas para favorecer el cambio social (Vera, Priale, y Fuchs, 2014).

Usualmente, la economía se ha centrado en los análisis relacionados con la oferta, la demanda, los precios, el desempleo y la inflación, y ha dejado de lado el análisis del concepto de empresario o emprendedor como un importante factor de producción, para centrarse en el análisis de la tierra, el trabajo y el capital.

Algunos economistas, escépticos ante el tratamiento del tema del empresario en la teoría económica, han incluido, dentro del factor productivo mano de obra, la labor realizada por el empresario y la han hecho parecer un tipo de trabajo corriente.

A pesar de que el del empresario podría, bajo determinados parámetros, catalogarse como un tipo de trabajo, es en realidad un talento especial que no es tan común como el de un trabajador ordinario.

En este escrito, que constituye una reseña crítica, se analizan a manera de antecedentes los aportes a la teoría del empresario propuestos por Cantillon (preclásico), Say y Mill, como autores asociados o representantes de la escuela clásica.

De igual manera, por el lado de los neoclásicos, se estudian las principales ideas y planteamientos de los economistas que más aportes han realizado a la teoría del emprendedor, entre ellos los alemanes Thünen y Mangoldt, como precursores del enfoque Marginalista, de la Escuela Marginalista Norteamericana; Marshall, de la Escuela Marginalista de Cambridge; Knight, de la Escuela de Chicago, dentro de los desarrollos neoclásicos contemporáneos (Tarapúz y Botero, 2007).

¿Capitalista, empresario o emprendedor?

Independientemente de la Función que desarrolle el empresario, es importante recalcar que se ha empezado a utilizar el término emprendedor como una palabra que denota en realidad a un empresario o a una persona que se encuentra en proceso de serlo. Para el caso particular de este ensayo, se toma la palabra emprendedor como sinónimo de empresario.

En este sentido, emprendedor²se deriva de la palabra entrepreneur, que aparece originalmente en la lengua Francesa a principios del siglo XVI para designar a los hombres relacionados con las expediciones militares.

A principios del siglo XVIII, los franceses extendieron el significado del término a otros aventureros como los constructores de puentes, los contratistas de rutas y caminos y los arquitectos.

En su origen, la palabra entrepreneur estaba asociada con una acción de envergadura que implica, entre otras cosas, aventura, incertidumbre y riesgo. Entrepreneur “quiere decir ¡hacer!” (Cohen, 1995, p. 52).

La capacidad emprendedora se asocia con la idea de creación de negocios o empresas lucrativas. Una revisión bibliográfica (comentarios, temarios, congresos y artículos) lleva a constatar que se alude indistintamente a la capacidad empresarial que a la emprendedora. Al tratar de identificar las características que tendrían los emprendedores, se encuentra que se hace referencia a las mismas características atribuibles a los empresarios (Tarapúez y Botero, 2007).

3.2.3.4. Perfil del emprendedor

Visionario

El emprendedor visionario se adelanta a las tendencias del momento y pone su esfuerzo y negocio en sectores o productos que serán la clave en un futuro (Montes, 2013).

Innovador

El proceso deliberado que permite el desarrollo de nuevos productos, servicios y modelos de negocios en las organizaciones.

Este proceso debe llevar a resultados concretos y medibles y está asociado al desarrollo de un espíritu emprendedor en los individuos, es decir, a una actitud hacia el trabajo que se caracteriza por la permanente búsqueda de oportunidades y por la capacidad para articular recursos humanos y físicos con el objetivo de aprovecharlas (Mora, pág. 75).

Creativo

El emprendedor en esencia es una persona que tiene la capacidad de idear y realizar cosas nuevas, piense en cualquier individuo emprendedor y lo identificará por la capacidad de imaginar y hacer que las cosas sucedan (Amores, 2015).

Dinámico

Ningún emprendimiento llega a su meta manteniéndose estático.

Para romper con esa inercia, debes convertirte en un motor potente, activo y dinámico de tu negocio. Esto lo conseguirás siendo proactivo y manteniendo cierto grado de planificación.

1. Si te falta una idea, búscala

Si estás pensando en comenzar un negocio pero tienes dudas, es tiempo de que dejes de pensar y te muevas. No dejes que te gane la inercia y proponte encontrar tu idea de negocios. Pero recuerda que no es sólo un asunto de actitud, si no que necesitarás elaborar un plan de acción y luego ejecutarlo.

2. Cuando la tengas, hazla realidad

Una vez que hayas localizado la idea perfecta, ponte en acción y no dejes que la idea alcance a perder fuerza. Aprovecha la energía que te impregnará la emoción de encontrar un rumbo para tu emprendimiento.

3. Si te faltan recursos, búscalos

Reflexiona sobre el tipo de recursos que requieres para impulsar tu emprendimiento. Debes revisar todo: desde los recursos económicos, humanos y tecnológicos, hasta los financieros, infraestructura e inmobiliario. Trazar un Plan de Negocios será lo más óptimo para revisar todo esto. Si son los recursos económicos los que te están faltando, tranquilo y muévete para conseguirlos. Hay muchas formas posibles en el mundo del emprendimiento, porque esta situación es habitual.

4. Dudas... ¿No sabes cómo conseguirlos?

Hay muchas alternativas para conseguir financiamiento: préstamos, créditos, subsidios, fondos, socios, inversores, fundaciones, organizaciones, bancos, Gobierno. Sólo debes desarrollar un buen Plan de Negocios y utilizarlo como una llave maestra para planificar y convencer. No olvides que un emprendedor dinámico piensa pero también actúa, y lo hace a tiempo.

5. Ahora muévete con objetivos, no des pasos en falso

Para ser un emprendedor exitoso, debes moverte pero con una dirección concreta. El objetivo será lo que te guíe. La fórmula es sencilla: debes determinar lo que quieres conseguir en los próximos 3 meses, un año o cinco. Luego, los objetivos específicos y operacionales serán clave (Gaspar, 2014).

Perseverante

Cabe recalcar que una personalidad emprendedora siempre mostrará Creatividad y capacidad de implementación, disposición para asumir riesgos, perseverancia y optimismo y sobre todo sentido de independencia.

El emprendedor tiene un compromiso con su prosperidad, sabe que si la supervivencia depende de su esfuerzo y trabajo para enfrentar los riesgos, algunos testimonios de emprendedores exitosos siempre hacen hincapié en la necesidad del trabajo arduo y continuo.

Eso, significa hacer sacrificios y esfuerzos extra, colaborar con los subordinados y hasta asumir el lugar de ellos para terminar tareas, los emprendedores también son optimistas y siempre tienen visión de éxito (Amores, 2015).

Autónomo

Es una persona que no tiene jefe, sino que trabaja por sí y para sí mismo, y que no tiene trabajadores a su cargo. Esta definición puede ser controvertida porque, en algunas legislaciones, el trabajador autónomo sí puede tener empleados. Sin embargo, la definición que se da aquí no tiene origen en ninguna legislación, sino que, simplemente, trata de reflejar una situación.

Si se quiere, se puede utilizar la definición de Robert Kiyosaki, que habla de que un trabajador autónomo es un profesional que no necesita depender de ninguna persona superior, pero que tampoco tiene personas a su cargo. En el caso de que el autónomo necesite el trabajo de alguna otra persona, en general, suele trabajar con otros autónomos, formándose toda una red de trabajadores freelance.

Otro punto importante:

El trabajador autónomo es un emprendedor, pero no todo emprendedor es un trabajador autónomo.

Resulta imposible pensar un trabajador autónomo que no es emprendedor, porque, como ya hemos definido emprendedor como “persona que asume un riesgo para llevar a cabo una idea”, toda persona que cree su propio trabajo está asumiendo un riesgo en base a una idea. Ahora bien, se puede ser emprendedor sin ser trabajador autónomo.

Por ejemplo, la persona que trata de llevar para adelante una idea dentro de una empresa, no es un trabajador autónomo, pero sí es un emprendedor. Del mismo modo, los desarrolladores de Bitcoin, probablemente, no eran trabajadores autónomos (al menos, no lo eran en relación al trabajo que desarrollaban con Bitcoin) (Godoy, 2014).

Arriesgado

Iniciar un negocio significa tener la certeza de los gastos y no de los ingresos, es por eso que se habla de riesgos como el valor para enfrentar las situaciones inciertas y difíciles que se presentan en el proceso empresarial. Una persona que arriesga se puede definir como aquella que está orientada en aprovechar las oportunidades en contextos inciertos, lo cual está estrechamente relacionado con el concepto de emprendedor (Mora, pág. 75).

Ambicioso

En el mundo de los emprendedores hay principiantes, experimentados, corrientes y otros más ambiciosos. No importa la experiencia que se tenga, un emprendedor siempre debe tener espíritu de superación y tener las reglas del juego del mercado bien claras: Un emprendedor ambicioso es de los que buscan, y encuentran los recursos cuando no los hay, y que encuentran la forma de que su negocio o su proyecto personal funcione (Muñoz, 2014).

Búsqueda de oportunidades

Cada vez más aparece la palabra emprendedor asociada a la idea de oportunidad, incluso el eslogan de *EmpreNautas* cuando empezó allá por julio del año 2001 era:

“Los EmpreNautas son individuos dedicados a la búsqueda de oportunidades, más allá de los recursos de que disponen”, haciendo un poco propia la definición de emprendedor de Howard H. Stevenson.

Se escribe bastante acerca de lo que significa “emprendedor” (con mayor o menor responsabilidad y profundidad), sin embargo, no abunda tanto material sobre el tema “oportunidad”.

Es así que en este artículo trataré de abordar la cuestión de la oportunidad desde la óptica emprendedora; es decir desde el punto de vista del emprendedor que se pregunta... ¿es mi idea una oportunidad? Lo primero es tratar de arribar a una definición de oportunidad que nos sea útil para analizarla desde nuestra óptica.

Uno de las investigaciones más citadas en el tema se refiere a oportunidad como aquellas “situaciones en que se pueden introducir nuevos productos, servicios, materias primas, mercados y métodos organizacionales a través de la formación de nuevos medios, fines o nuevas relaciones medios-fines”.

La verdad es que no me resultó demasiado operativa ésta, particularmente por tener cierto sesgo hacia lo que podríamos llamar “emprendedor innovador” como definición (y por ser difícil de entender...) (Nuñez, 2014).

Comunicativo

El emprendedor tiene que tener una serie de habilidades básicas. Entre ellas debe ser una persona creativa y trabajadora que tenga las ideas claras para llevar a cabo su negocio.

Sin embargo, una de las armas que es poco trabajada y, sin embargo, resulta básica para que el negocio vaya bien son las habilidades comunicativas. No todo se dice con palabras. Jayson Demers, fundador y CEO de AudienceBloom, escribió hace unos días un artículo muy interesante al respecto en la web www.entrepreneur.com enumerando 10 habilidades comunicativas importantes que debe dominar un emprendedor (Amat, 2014).

Por lo tanto a continuación se puede apreciar las diferentes características que son parte del perfil del emprendedor.

3.2.3.5. Competencias del emprendedor productivo

Las competencias profesionales, son todas aquellas habilidades y capacidades que tienen las personas que les ayudan a desarrollar un trabajo de forma exitosa.

Las competencias técnicas de una profesión son valoradas para los empleadores, pero cada vez se valoran más todas aquellas competencias transversales que te ayudan a diferenciarte de los demás y te hacen más apto para un tipo de trabajo, en este apartado se puede encontrar los tipos de competencias que existen y algunas de las competencias transversales más demandadas por las empresas (Educa, 2015).

Se puede partir de la hipótesis de que el comportamiento emprendedor tiene en su base una serie de capacidades y actitudes en las que se apoya después de un primer impulso o motivación para la creación de esas nuevas realidades, el rasgo esencial de las competencias es que son adquiribles y susceptibles de desarrollo.

Dentro de las competencias en general de un emprendedor exitoso se encuentran las siguientes:

Tabla 5. Competencias del emprendedor

TIPOS	DESCRIPCIÓN DE LAS COMPETENCIAS
Competencias Generales	Liderazgo
	Orientación al cliente
	Capacidad para conseguir recursos
	Gerente/administrador de recursos
	Patrón de factores de producción
	Exige eficiencia de calidad
	Dirección y gestión de la empresa
	Red de contacto
	Comunicación

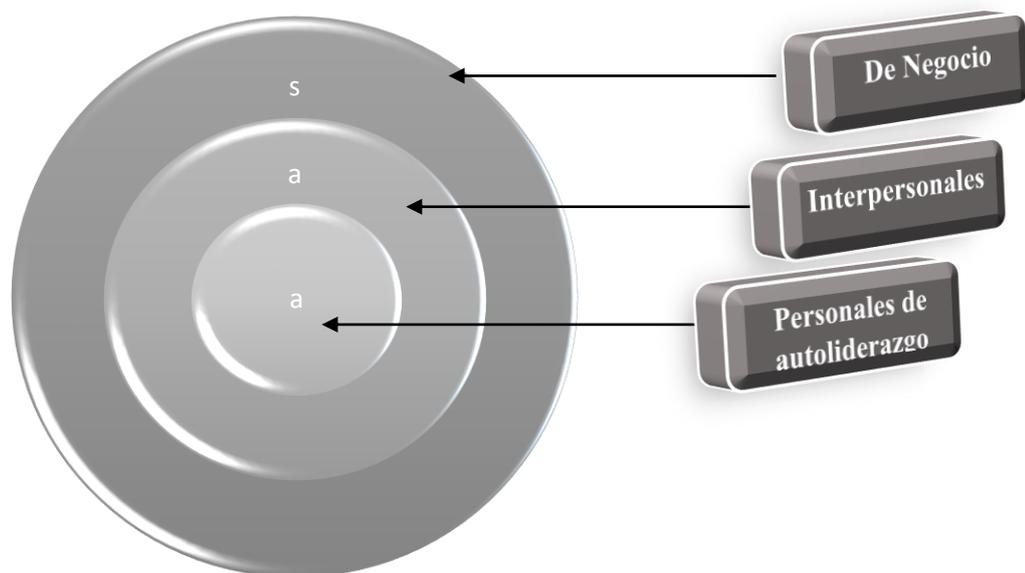
Fuente: elaboración propia con aporte de Alcaráz (2012)

Pero, ¿de qué competencias se está hablando? , ¿Se pueden aprender y cómo?

Las competencias de una persona se las puede sintetizar en dos clases: la “creatividad” y la “capacidad de ejecutar”, la primera hace referencia al elemento de novedad que caracteriza la actividad emprendedora:

Hacer cosas nuevas o hacerlas de distinta forma creando valor, pero, ¿qué es la capacidad de ejecutar?, es más, ¿cómo se ejecuta sobre esa creatividad esencial, lo único necesario para que realmente se pueda llamarle actividad emprendedora?, de nuevo una mirada a la investigación académica que se ha realizado hasta el momento presenta largas listas de competencias que supuestamente el emprendedor debe poseer, aunque útiles como referencia, es difícil trasladarlas a la acción de forma sistemática sin tener una estructura que las ordene y clasifique, por ello, antes de hablar de las competencias que facilitan la actividad emprendedora, se expone una clasificación de las competencias basada en el modelo introducido por Pablo Cardona y que agrupa estos comportamientos en tres dimensiones concéntricas: de negocio, interpersonales y personales (Prats y Agulles, 2013).

Figura 5. Tipos de competencias



Fuente: elaboración propia con aporte de Prats y Agulles, (2013)

Diferenciando cada una de estas competencias, las cuales son innatas de un emprendedor exitoso, además de que estas son muy importantes, ya que marcan la diferencia entre un negocio con un final complaciente y un negocio con resultados negativos, por tal razón es necesario especificar con claridad estas competencias, pues queda claro que para los autores Prats y Agulles, (2013), un emprendedor debe contar con las siguientes:

Competencias de negocio

Dentro de esta perspectiva un emprendedor deber tener la capacidad de reconocer y explotar oportunidades que afectan a la efectividad de un negocio, así como la habilidad de manejar correctamente los recursos económicos y materiales para obtener buenos resultados, además debe saber desarrollar y mantener una red de relaciones con personas importantes en la empresa y la industria, y por ultimo debe tener la destreza para forjar acuerdos satisfactorios en una negociación para las dos partes involucradas.

Competencias interpersonales

En cuanto a este caso un emprendedor debe contar la capacidad de escuchar y transmitir ideas efectivamente, y por los canales apropiados para lograr refrendar sus observaciones y conclusiones, logrando satisfacer a la otra parte, demostrando así un carisma o aptitud para obtener el compromiso de colegas y subordinados, inspirando su confianza, dando sentido a su trabajo y motivándoles para conseguir los objetivos.

Aunque muchas ideas de negocio surgen de individuos en solitario, su éxito radica en la capacidad del emprendedor de crear e implicar a un equipo en el proyecto, por otro lado es necesario que tenga la capacidad de asegurar que sus colaboradores y miembros del equipo tengan los recursos necesarios para poder tomar las decisiones correctas y cumplir sus objetivos, sabiendo delegar ya que esto implica desprenderse de la ejecución de pequeñas partes, pero no de la responsabilidad total, todo esto manteniendo las relaciones laborales con el respeto que estas ameritan, dicho respeto, se trata de un reconocimiento de las cualidades del otro y el apoyo mutuo basado en la diversidad de competencias, por lo tanto el respeto es un requisito para que la

delegación se dé del modo adecuado, pero también es necesario para enfocar correctamente las relaciones con clientes o inversores.

Competencias personales

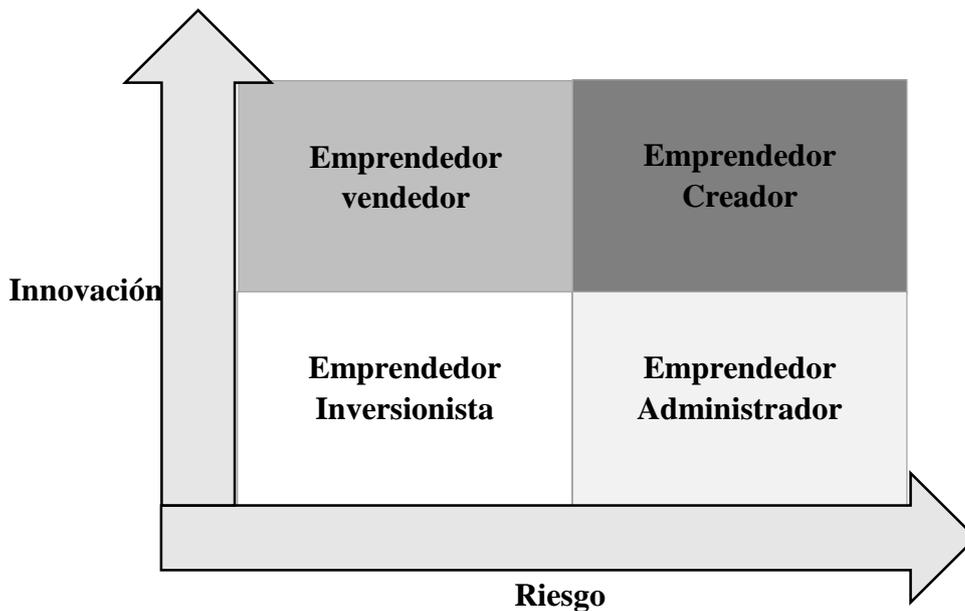
Dentro de las competencias personales de un emprendedor debe existir la creatividad, lo cual implica tener la capacidad de generar nuevas ideas o conceptos, que habitualmente producen soluciones originales, las cuales deben ser aplicadas con gran determinación, es decir con una actitud decidida y persistente en la aplicación de sus iniciativas, todo esto con la mayor integridad lo que consiste en hacer lo justo y honesto en cualquier situación.

La integridad es la base de la confianza de colaboradores y subordinados, sobre todo esta cimienta las relaciones con proveedores, clientes y otras partes interesadas, la tenacidad que debe tener un emprendedor representa la “disciplina”, “autocontrol” o “fuerza de voluntad”, esta competencia le permite superar obstáculos con suficiente equilibrio emocional o dicho de otra forma, capacidad de reaccionar ante cada situación con las emociones y el estado de ánimo apropiados, esto demuestra el reflejo de su madurez personal y su inteligencia para los negocios, mismo que lo debe manejar con suficiente autocrítica., es decir sabiendo aceptar y llevarse bien con las propias limitaciones y errores, demostrando un ejercicio de sinceridad con uno mismo y con los demás para identificar los errores y poder superarlos, la humildad es la clave de la mejora continua del emprendedor y de sus proyectos (Prats y Agulles, 2013).

Matriz del emprendedor

La matriz del emprendedor es una magnífica herramienta para definir el área donde puedes dar el máximo.

Figura 6. Matriz



Fuente: elaboración propia con aporte de Figueros (2012)

Emprendedor un actor clave en las cadenas productivas

Todas las personas en el mundo sin excepción cuentan con las mismas capacidades, por lo tanto existe también en ellas las oportunidades de convertirse en un gran emprendedor, ya que por medio de su iniciativa puede lograr crear una empresa con éxito, pues cabe señalar que aquellas grandes empresas que hoy en día existen, nacieron de una simple idea, a la cual se le invirtió mucha imaginación por parte del emprendedor, a tal punto de verlas plasmadas ya en su mente, por supuesto, mucho más antes de que estos propósitos sean formados en la vida real, todo esto claro está, con la cautela que amerita, y sobre todo poniendo el corazón y mucha responsabilidad en el desarrollo de dichas ideas.

Así mismo partiendo de que el éxito de una idea está determinado, por todo aquello que ocurre una vez que esta idea nace o se ilumina en la mente, entonces se puede decir que la característica principal de un emprendedor exitoso, es, que siempre transforma o plasma su visión e ideas en grandes negocios o actividades comerciales completamente viables, sin olvidar, claro está, que la clave para lograrlo está en tener el conocimiento de cómo llevarlo a cabo o saber cómo hacerlo.

Sin embargo es necesario en primer lugar tener muy en claro y sobretodo entender cuáles son las cinco realidades con las que todo emprendedor debe enfrentarse, antes de empezar a plasmar su idea como la base fundamental de un negocio (Trader, 2012).

El emprendimiento es también conocido como la innovación de un producto o servicio con el fin de satisfacer necesidades humanas y competir en el mercado.

El emprendimiento inicia en la prehistoria donde el ser humano empieza a crear instrumentos de caza como el hacha, la lanza, descubrieron el fuego, la agricultura, construyeron viviendas, inventaron la escritura y con ello, la historia.

Al pasar el tiempo con base en la escritura se inventó las matemáticas, la astronomía, se consolidó la agricultura; de ahí proviene la cerámica, el ladrillo y el arte de la construcción; todo ello resultado de un pueblo o conjunto de pueblos emprendedores.

Más adelante empezó a surgir la ciencia y la filosofía, el comercio así mismo el ahorro y la inversión. También las medicinas para curar las enfermedades, los descubrimientos geográficos, las culturas, la religión y la locomotora.

Así vinieron surgiendo los principios y leyes jurídicas. Todo este conjunto de cambios transformó la visión de la vida, humana (Seminarioumg, 2015).

El emprendedor de alma busca, como todo ser humano, vivir lo mejor que pueda, viajar donde quiera, vestirse de la forma que le plazca con las marcas que prefiera, darse la mayor cantidad de gustos posibles. La paradoja es que, aunque para todo esto se necesita dinero, no emprende únicamente por la plata sino por algo superior: Ser feliz viviendo de lo que le gusta hacer.

El emprendimiento es parte de la búsqueda genuina de la felicidad. El emprendedor sabe que su negocio no es un fin sino un medio para alcanzarla, porque sabe que la felicidad no está en ningún lugar externo específico sino en su propio ser.

Hay un viejo cuento que dice que un día se reunieron tres duendes en una cueva. Estaban tramando hacerle una broma al ser humano que consistía en esconderle la

felicidad. Uno de ellos propuso esconderla en el fondo del mar. No, de ninguna manera, dijo el otro porque el ser humano siendo creativo, ingenioso e inventor podría construir una nave que se sumergiera en el mar y podría encontrarla.

Que les parece si la escondemos en el planeta más recóndito del universo. No, de ninguna manera, dijo el que se había opuesto en primera instancia porque el ser humano es creativo, ingenioso e inventor podría construir una nave que volará a través del universo y podría hallar su felicidad y eso no queremos. Entonces, uno de los duendes que había estado callado escuchando con atención a sus compañeros propuso esconder la felicidad dentro del hombre, porque se la pasaría buscando en el fondo del mar y en el universo y no se daría cuenta que la tiene en él (Bereinstein, 2015).

Habilidades Emprendedoras Productivas

Las habilidades de un emprendedor describen su grado de competencia para cumplir objetivos y metas. Éstas pueden ser aptitudes, destrezas o capacidades innatas, pero también se pueden desarrollar mediante la práctica. Se aprenden y se integran al comportamiento y a las acciones cotidianas a través de la prueba y el error. En su libro “El código del dinero”, Samsó (2009) enlista y describe 12 habilidades básicas que todo emprendedor debe adquirir y desarrollar.

1. Comercial

Tomando en cuenta que el propósito básico de los negocios es el comercial, la habilidad para vender es indispensable para el emprendedor. Cualquier persona es capaz de comprar y, definitivamente, es más sencillo ser empleado que empleador. Es por eso que hay menos emprendedores que compradores o empleados, porque no todos desarrollan la habilidad y la visión de las ventas (Barón, 2013, pág. 128).

2. Marketing

Un buen vendedor sabe dónde y cómo da a conocer sus productos o servicios en el mercado. Quien tiene habilidades para marketing sabe cómo crear interés en lo que ofrece. Incluso llega un momento en la vida de su negocio que no necesita hablar de sí mismo, de su empresa ni de su producto o servicio, porque ha desplegado tan bien

sus habilidades de publicidad, que otros lo conocerán y encontrarán antes de que salga a buscarlos (Barón, 2013, pág. 128).

3. Desarrollo de productos y servicios

Quien va siempre un paso adelante en el desarrollo de sus productos y servicios, es porque planifica constantemente las mejoras, piensa en nuevas fuentes de ingreso y amplía sus propuestas. Un emprendedor con esta habilidad es organizado, pues se establece metas claras y agendadas (Barón, 2013, pág. 128).

4. Gestión óptima del tiempo

La organización no es sólo un hábito conveniente, sino una habilidad necesaria. Todo emprendedor sabe que el tiempo con el que cuenta es limitado y por eso lo maneja según sus prioridades y no se dejan llevar por trivialidades. Dado que no lo puede recuperar, lo aprovecha al máximo. El tiempo es más escaso que el oro y para los emprendedores es uno de los mayores activos (Barón, 2013, pág. 129).

5. Habilidad para hablar en público

Es una habilidad básica para todo profesionalista e imprescindible para el emprendedor. Es fundamental presentarse y desenvolverse ante una audiencia de pocos o de muchos. Dado que el emprendedor es una persona que influye en otras, requiere practicar y entrenarse en la habilidad de comunicarse correcta y eficazmente (Barón, 2013, pág. 129).

6. Habilidades para la comunicación interpersonal

El emprendedor es una persona pública, es decir, de relaciones y contactos. Es por eso que debe desarrollar la habilidad de tratar con otros, no para obtener inmediatamente lo que se busca de ellas, sino para escucharlas y atenderlas también. Se ha de tomar en cuenta que esta habilidad no sólo se dirige a interactuar con otros empresarios, sino también con empleados de todos los niveles y con los clientes (Barón, 2013, pág. 129).

7. Informática e Internet

No basta con saber cómo crear archivos de texto, presentaciones o una hoja de cálculo. Cualquier negocio o empresa crece también en la medida en que adopte sistemas de informática cada vez más avanzados. Este desarrollo de conocimiento y adopción de herramientas debe comenzar con la iniciativa del emprendedor por acercarse a ellas. En ocasiones es necesario contar con un consultor informático, pero no es una buena idea dejar todo en sus manos. Es necesario desarrollar estas habilidades. (Barón, 2013, pág. 129).

8. Autoformación continua

La actualización continua no es un esfuerzo extra por parte del emprendedor, es una obligación. Quien no desarrolla nuevas habilidades ni adquiere nuevos conocimientos pronto dejará de comprender el mundo a su alrededor, sobre todo, el mundo de los negocios. No se trata de estudiar una nueva carrera profesional cada cinco años, sino de auto instruirse en diversas materias, por ejemplo, finanzas, mercadotecnia o administración a través de breves diplomados o especialidades (Barón, 2013, pág. 130).

9. Inglés

Un empresario debe ocuparse de desarrollar esta habilidad para comunicarse con empresarios de otras nacionalidades. Aún si no se trata de una empresa o negocio con giro internacional, mucho material de libros, sitios web o manuales se encuentra en este idioma. En general, es una competencia invaluable que no se debe pasar por alto por ningún motivo (Barón, 2013, pág. 130).

10. Actitud ganadora

No se refiere al estado emocional de la alegría ni al estado mental del optimismo. La actitud ganadora se relaciona más con la seguridad y la confianza en acción (Barón, 2013, pág. 130).

11. Metas

Establecer objetivos profesionales según tiempos y prioridades, es la clave para iniciar y reencaminar un negocio cuando es necesario. El plan de vida del emprendedor debe integrar claramente sus metas profesionales para alcanzar el éxito. Este plan y establecimiento de metas debe ser específico en cuanto a las estrategias y plazos (Barón, 2013, pág. 130).

12. Imaginación

La creatividad del emprendedor no radica en echar a volar su imaginación hacia objetivos que en ocasiones son inalcanzables. No se trata de soñar cuanto sea posible, aunque se vaya más allá de la realidad. Se trata de invertir tiempo para tener una visión amplia sobre el negocio y sobre su propia vida, para establecer los pasos que siguen para pasar al siguiente nivel (Barón, 2013, pág. 130).

3.2.4. ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO LOCAL

3.2.4.1. Introducción

El encadenamiento productivo es una de las estrategias más desarrolladas dentro de los países latinoamericanos debido a los beneficios que representa para los participantes de las mismas. Teniendo en cuenta la total participación de sus eslabones para determinar sus amenazas y oportunidades de acuerdo a la identificación de sus fortalezas y debilidades; principales exponentes del desarrollo local, plantean la importancia de potenciar estructuralmente los recursos que construyen al territorio, promover entre los actores del medio ambiente estrategias que permitan la sinergia entre ellos, identificando los canales que deben fortalecerse, para generar un trabajo armónico entre los actores y recursos productivos; político administrativos, así como a los socioculturales y ambientales (Jiménez, 2016).

Por lo que el conocimiento del tejido productivo local, como parte de uno de los recursos del desarrollo local es trascendental. No solo porque a través de la actividad económica local se obtienen los satisfactores básicos para cubrir las necesidades de los

actores que integran la comunidad, sino también porque se vincula con prácticas socioculturales, valores, tradiciones y prácticas cotidianas que realizan todos estos agentes productivos locales en el territorio.

Los actores o agentes públicos cubren otra parte importante también pues son los encargados de instrumentar los programas político-administrativos. Estos programas deben estar encaminados a aplicarse a la población local atendiendo a las condiciones sociales, culturales y de recursos naturales con que cuenta la comunidad.

Deben aplicarse de tal forma que en la interacción de los agentes locales (productivos, socioculturales y públicos) se generen sinergias que, en conjunto, logren fortalecer las relaciones entre los actores locales, y propicien encadenamientos que se conviertan, en un primer momento, en ancla del desarrollo local en el territorio para después encadenarse con otros actores o agentes hacia fuera, que les permita fortalecer y transformar su propio desarrollo (Jiménez, 2016).

Sin embargo, el reto es justamente la identificación de la existencia de las formas de relaciones, el tipo de relaciones y la posibilidad de promover las formas de relaciones que se generan entre los agentes productivos, socioculturales y político administrativos al interior de la comunidad, pues los entornos locales han quedado inmersos en las dinámicas nacionales y globales debido a la ejecución de políticas gubernamentales centralizadas que difícilmente han incluido el reconocimiento de las dinámicas locales.

En consecuencia, no hay un nivel de información a escala local y existe escasa posibilidad de articular los factores productivos, socioculturales y político-administrativos de los territorios locales para facilitarles desarrollar sus potencialidades internas.

De ahí la importancia de un estudio de caso específico para comprender el desarrollo local. Pues en los municipios que conforman esta región podemos localizar diferentes aspectos derivados de los cambios productivos que, por supuesto, han impactado en los cambios sociales y políticos (Jiménez, 2016).

Se han encontrado diferencias y concentraciones en el nivel de las actividades productivas, y es frecuente la combinación de áreas rurales y urbanas.

Se han observado cambios derivados de la ejecución de programas de carácter estatal y nacional, que a su vez modificaron su dinámica económica al edificarse infraestructura y contener la migración, así como por su cercanía con centros de consumo regional como los cantones mismos que han sido impactados en programas de carácter regional de nivel federal y estatal de manera histórica.

A partir de la década de los setenta fueron incluidos en la última fase del programa de polos de desarrollo, cuando se van a detectar los primeros cambios productivos que impactan en nuevas configuraciones sociales y políticas.

Y en una de las últimas etapas se implementaron programas como el de ordenamiento urbano, desarrollo de las actividades productivas locales, al promover y fortalecer los distintos productos, legado de generaciones anteriores.

Es importante mirar hacia el interior e ir hacia los niveles de atención locales principales, tomando en cuenta por tanto a los agentes locales y sus actividades económicas, que han quedado fuera de todo apoyo, pero que persisten y se han ido integrando y modificando para subsistir (Jiménez, 2016).

3.2.4.2. Definición de Producción

Desde un principio, los seres humanos necesitan la alianza con otros individuos para poder sobrevivir, formando parte de lo que es el grupo social primario que nos ayuda a subsistir en los primeros meses de vida dándonos el alimento necesario para nuestra formación y las necesidades energéticas, el abrigo y además la higiene necesaria para la protección y los cuidados básicos.

Es allí que en el sector de la Industria se emplean distintos términos que son moneda corriente en el día a día de dicha actividad, teniendo en un principio a la materia prima como los materiales, objetos y elementos que son básicos para el desarrollo de la misma, considerados como material en bruto que es posteriormente procesado y modificado para poder servir de base a la creación de los productos que serán vendidos.

Este proceso es el que es conocido como producción, teniendo generalmente una organización que es expresada mediante la confección de un diagrama de flujo, que consiste básicamente en un esquema o ideograma que nos demuestra paso por paso todo el proceso que lleva desde la obtención de materia prima hasta la finalización del mismo con el producto elaborado, listo para ser comercializado por la firma. (Ostos, 2014)

Tabla 6. Marco teórico

Autor	Definición	Elementos clave
Zorrilla (2011, pág. 86)	Producir es transformar la materia. Esta idea de la producción no se refiere tan solo a una transformación física, sino que consiste en todo lo que tiende a adaptar el objeto a la necesidad y en todo lo que facilita su utilización. Es decir la forma en que las actividades individuales se coordinan y organizan para realizar la adaptación final de la naturaleza a nuestras necesidades.	Transformar Adaptar Utilización Actividades
Rosales (2012, pág. 60)	Sin embargo, en economía este concepto es mucho más amplio ya que involucra todo proceso o combinación que transforme un grupo de factores de bienes en otros bienes distintos. En este sentido el concepto de producción comprende, por una parte, la obtención de bienes tangibles como: mesas, Sillas, edificios, y por otra, los bienes intangibles o servicios como, salud, diversión, educación, entre otros.	Proceso Transformar Factores Bienes tangibles
García y Parra (2013, pág. 13)	En el ámbito empresarial el término producción está referido a la actividad económica que tiene por objeto la transformación de un factor o factores en otro u otros, añadiéndole un valor cuyo fin es satisfacer las necesidades humanas.	Actividad Transformar Añadir valor Satisfacer
De la Fuente y Quesada (2014, pág. 2)	La función fundamental de toda organización que comprende todas aquellas actividades responsables de la creación de bienes y servicios (que constituyen su salida) a partir de unas entradas que vienen dadas por los seres humanos, materiales, dinero, máquinas, y tecnología. La producción implica pues el diseño, la planificación, funcionamiento y control de los sistemas que producen bienes y servicios.	Salidas Entradas Diseño Planificación Funcionamiento Control

Fuente: elaboración propia con aporte de Zorrilla (2011); Rosales (2012); García y Parra (2013); De la Fuente y Quesada (2012).

3.2.4.3. Definición de cadenas productiva

El concepto de cadena productiva se vincula con la relación espontánea entre actores implicados en las relaciones económicas y de provisión de bienes y servicios desde la producción primaria hasta la llegada al consumidor. Nos podríamos imaginar un pequeño productor de cacao en la Amazonía ecuatoriana sin ningún tipo de capacidad de negociación y decisión en toda la cadena del cacao que empieza en su finca y termina en una refinada chocolatería belga (Redeamerica, 2016).

La estructuración de estas cadenas productivas muchas veces impide que los eslabones más pobres puedan mejorar su participación en la cadena y por lo tanto mejorar las condiciones de vida de los integrantes de las mismas. Para identificar y enfrentar las problemáticas de los eslabones más débiles se introduce el concepto de "Enfoque de Cadena de Valor" (Redeamerica, 2016).

Las cadenas de valor, a diferencia de las productivas, tienen relaciones entre eslabones más transparentes, participativos, con mayor flujo de información y con servicios de apoyo a la cadena mejor estructurados, y esto se consigue en gran parte con actores sensibilizados y fortalecidos.

Aplicar un enfoque de cadena de valor a una cadena productiva tradicional nos permite identificar y analizar todos los factores que afectan al desarrollo y competitividad de la cadena, y especialmente al desarrollo y competitividad de los pequeños productores y sus asociaciones, permitiendo encontrar las soluciones más sostenibles que permitan fomentar cadenas más equitativas (Redeamerica, 2016).

3.2.4.4. Importancia de las cadenas productivas

Las cadenas productivas involucran todos los eslabones de la actividad de los fabricantes de insumos, maquinaria y equipos, hasta el producto final, el pecado dejar de lado la parte de la comercialización, dado que el consumidor se constituye en el último eslabón.

La cadena identificada permite localizar los productos, procesos, las empresas, las instituciones, las operaciones, las dimensiones y las capacidades de negociación, las tecnologías y las relaciones de producción.

Algunos puntos que resaltan la importancia de las cadenas productivas hijo los siguientes:

- La competitividad de los países de Europa y norte américa se basa en la especialización, la división del trabajo y la optimización de las cadenas de valor.
- Las empresas modernas como continuamente redefinen sus competencias clave: aquellas actividades profundizan en las que tienen ventajas competitivas y se retiran de otras actividades en las que no claras heno competencias.
- Al mismo tiempo intensifican la cooperación con empresas que las proveen de subproductos y servicios complementarios (Bada y Rivas, 2016).

3.2.3.5. Elementos clave para fomentar la productividad en una cadena

Cada rubro productivo (cacao, pesca, lácteos, turismo, artesanías...) tiene sus características específicas (sociales, climáticas, políticas, culturales, etc.), incluso dependiendo de la zona en la que se ubica, identificándose múltiples factores que afectan la productividad y la sostenibilidad de una cadena, pero si tuviéramos que nombrar algunos elementos comunes, podríamos mencionar los siguientes: (Redeamerica, 2016).

Asociatividad

La asociatividad es un elemento clave para que los pequeños productores y sus familias puedan integrarse equitativamente en el mercado. La unión hace la fuerza y es un elemento imprescindible de cara a insertarse en una cadena de valor de manera sostenible (Redeamerica, 2016).

Capacitación técnica

La mejora de las capacidades técnicas para producir más y mejor es otro elemento, incluyendo formación empresarial y de gestión para enfrentar procesos de comercialización asociativa. Invertir en la capacidad de los productores es clave para que puedan salir adelante en el largo plazo por sí mismos. (Redeamerica, 2016).

Estructuración de servicios de apoyo (crédito, asistencia técnica, provisión de insumos, etc.).

Los servicios de apoyo tienen un papel relevante en el buen funcionamiento de la cadena y su mejoramiento y articulación tienen efectos muy relevantes en la cadena. En muchas ocasiones, se piensa que la provisión puntual, vía donaciones de estos servicios es útil, pero la clave es diseñar servicios de apoyo que operen desde el tejido local y que sean sostenibles, fuera de proyectos de desarrollo o cooperación. CODESPA trabaja fuertemente con este enfoque (Redeamerica, 2016).

Impacto social y económico de trabajar con un enfoque de cadena de valor

El impacto económico es claro, repercutiendo básicamente en la mejora de los ingresos de las familias productoras y de sus asociaciones. Que este impacto económico repercuta en la mejora de la calidad de vida de las familias y de sus integrantes implica insertar estrategias transversales de trabajo en género, seguridad alimentaria, educación, etc.

El papel de la innovación en el desarrollo rural

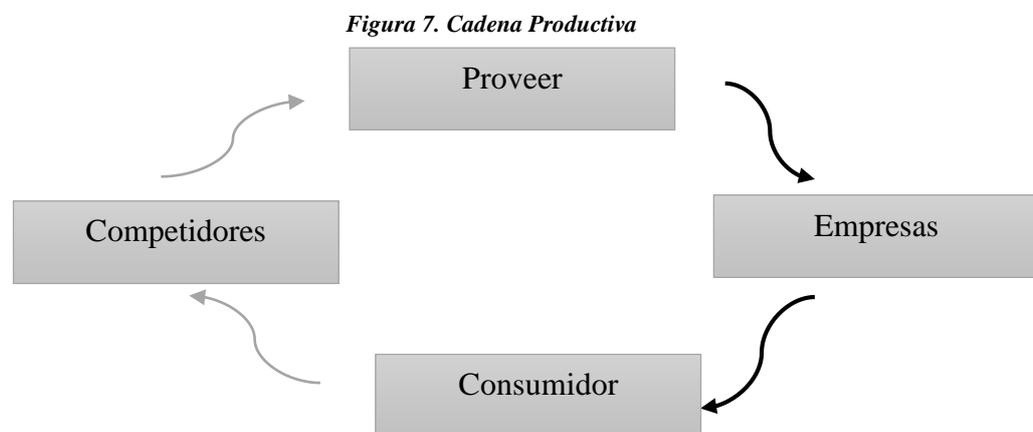
La innovación es importantísima, y en algunos casos puede lograr grandes cambios. El análisis con enfoque de cadena de valor nos permite identificar todos los procesos y relaciones existentes en la cadena para así poder encontrar y aplicar soluciones innovadoras que permitan mejorar la cadena.

Ahora bien, siempre es importante contextualizar la acción y entender las dinámicas locales (culturales, productivas, etc.) para que la innovación pueda ser aplicada en la realidad. Innovar también es la única vía para resolver estructuralmente barreras que

afectan a las cadenas productivas en cuanto a su acceso a crédito, servicios de apoyo, nexos con el mercado.

Hay muchos obstáculos en los diferentes países de América Latina y las soluciones deben generarse localmente, de acuerdo al contexto local y las oportunidades existentes (Redeamerica, 2016).

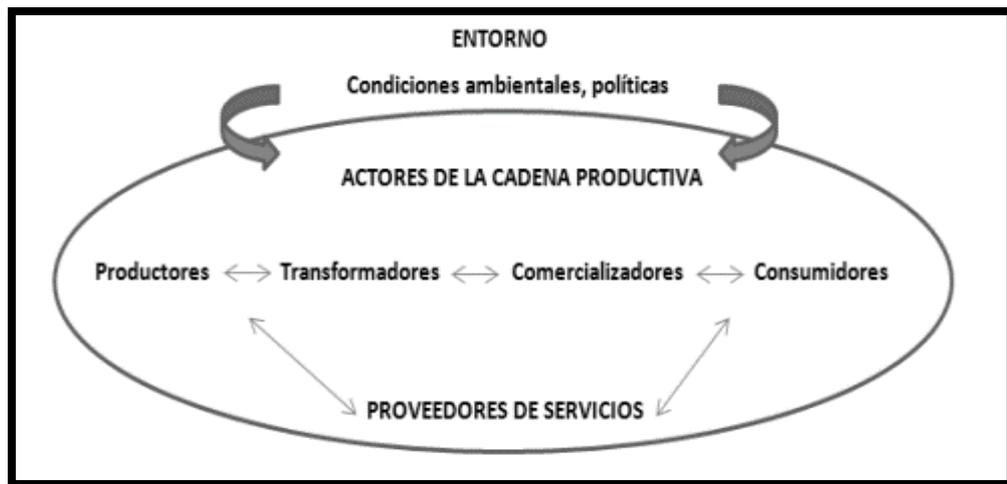
Según Posadas (2015) indica que la cadena productiva son los itinerarios por los cuales transcurre un producto o un servicio determinado dentro del sistema de producción-transformación-distribución, así como de sus diferentes encadenamientos.



Fuente: elaboración propia con aporte de Betancourt y Navarro (2013)

La cadena productiva tiene entre sus funciones la producción, transformación, comercialización y consumo de un bien, esto compone sus eslabones, que a través de las diferentes tareas realizadas por sus actores que son los individuos u organizaciones que se relacionan a través de una serie de transacciones monetarias y no monetarias, permite desde la provisión de insumos y materias primas, llegar hasta el consumidor final (Hinojosa e Ipiales, 2012).

Figura 8. Esquema de Cadena productiva



Fuente: elaboración propia con aporte de Hinojosa e Ipiates (2012)

3.2.3.6. Tipos de cadenas productivas

De acuerdo con Bada y Rivas (2016); los tipos de cadenas productivas basados en los componentes que las integran son los siguientes:

Cadena completa.

Es una cadena productiva, compuesta por todos los elementos (proveedores de insumos, sistemas productivos, agroindustria, comercialización mayorista y minorista, y consumidores finales).

Cadena incompleta.

Es una cadena productiva con uno o más de los componentes anteriores.

Cadena integrada.

Es una cadena productiva cuyo producto se constituye en insumo para otra cadena. La cadena productiva es el proceso que sigue un producto o servicio a través de las actividades de producción, transformación e intercambio, hasta llegar al consumidor final incluye, además, el abasto de insumos (financiamiento, seguros, maquinaria, equipo y materias primas directas e indirectas, otros entre) y sistemas relevantes, así como todos los servicios que afectan de manera significativa un dichas actividades: investigación, desarrollo y asistencia técnica entre otros (Bada y Rivas, 2016).

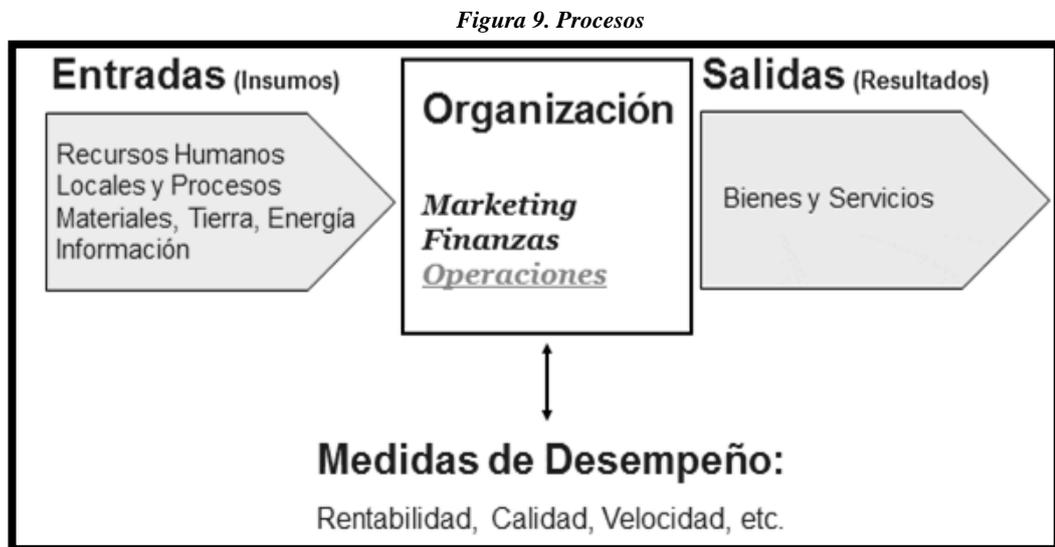
Las actividades que realiza cada eslabón se describen a continuación:

Producción

“La actividad productiva que desarrolla una empresa debe estar organizada de manera que logre los objetivos previstos optimizándolos en lo posible, técnica, y económicamente, con el empleo de los sistemas de gestión más adecuadas y avanzadas” (Cuatrecasas, 2012, pág. 79).

Transformación

Esquema del proceso de transformación



Fuente: elaboración propia con aporte de Gestión de operaciones (2015)

“El área de Marketing procura que la salidas del proceso de transformación se transformen en ventas lo cual se convierte en rendimiento para los accionistas de la empresa” (Gestion de Operaciones , 2015).

Comercialización

“Comercialización y distribución comprende el proceso íntegro de hacer llegar las mercaderías y los servicios desde la fábrica o establecimiento hasta el consumidor para su uso final. Por definición, la investigación de comercialización y distribución es aplicable a todas las fases de este proceso” (Brown, 2014, pág. 6).

Servicios

“El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen, y la reputación del mismo” (Vertice, 2014, pág. 3).

Enfoque de la cadena productiva

La clasificación de la cadena productiva de acuerdo a su grado de integración Bermeo y Bermeo (2005) clasifican la forma en la cual puede darse la integración de las empresas señalando ocho categorías.

1. Integración hacia atrás o flujo ascendente: cuando la empresa decide integrar a su cadena de valor funciones relacionadas con las entradas o inputs que necesita para desarrollar sus actividades.
2. Integración hacia delante o flujo descendente: cuando la empresa decide integrar a su cadena de valor funciones relacionadas con la transferencia de productos o servicios hasta el consumidor final.
3. Integración piramidal: cuando la empresa compra parte de sus materias o insumos a proveedores externos y comercializa parte de sus productos con distribuidores independientes.
4. Integración horizontal: cuando la empresa decide integrar a su cadena de valor unidades estratégicas de negocios que realizan actividades similares o complementarias con su actividad principal.
5. Integración total: cuando la empresa decide integrar a su cadena productiva unidades estratégicas de negocios o actividades ascendentes o descendentes con el propósito de ser autosuficientes, optimizar los recursos y ejercer un control total sobre su cadena de valor.

6. Integración parcial: cuando la empresa decide ostentar cierto grado de control sobre su cadena de valor a través de convenios asociativos, alianzas estratégicas o participación minoritaria con otras empresas en diversas etapas de su cadena de valor.
7. Integración combinada: se presenta cuando la empresa decide combinar la integración vertical con la diversificación en sus unidades estratégicas de negocios.
8. Desintegración vertical o desagrupación: se presenta cuando la empresa decide eliminar algunas actividades o etapas de su actual cadena de valor que no representan competencias nucleares para el logro de ventajas competitivas sostenibles, dejándola en manos de empresas especializadas.

Ventajas de las cadenas productivas

En una economía globalizada, como la mexicana, la elaboración de estrategias de desarrollo debe considerar el concepto de cadena productiva que se refiere a un producto o a un grupo de productos conjuntos o ligados para el uso. Desde este punto de vista las ventajas en la cooperación en cadenas productivas son (Bada y Rivas, 2016):

- La especialización es un eslabón de la cadena productiva que permite dedicar los recursos de un activo lograr la excelencia de una actividad muy específica.
- La combinación de varias empresas altamente especializadas resultados de la búsqueda en cadenas muy productivas y competitivas.
- La estrecha cooperación con otras empresas de la cadena acelera el ritmo de innovaciones. muchas innovaciones surgen un través de la búsqueda conjunta de soluciones entre proveedor y cliente.

El desarrollo de las cadenas productivas trae consigo una serie de externalidades positivas que permiten afrontar el entorno regional caracterizado por la elevada presión competitiva (Pierce, 2003).

De acuerdo a la Universidad Agraria La Molina de Perú, las ventajas de la integración en una cadena productiva son las siguientes (Bada y Rivas, 2016):

- El fortalecimiento de las instituciones participantes en los acuerdos
- Alcanza rentabilidad en la producción al obtener mejores precios y reducirlos costos
- Disminución del riesgo
- Facilidad en el acceso a los insumos
- Acceso a fuentes de financiamiento, créditos y economías de escala
- Acceso a información de mercados
- Mayor acceso a tecnologías de punta
- Mejor aprovechamiento de la mano de obra familiar

La fuerza de trabajo y el desarrollo

La exportación de fuerza de trabajo barata. La forma que asume la reinscripción de la periferia al sistema capitalista mundial da paso a una nueva división internacional del trabajo, donde la venta al exterior de la principal mercancía para el crecimiento y desarrollo económicos, la fuerza de trabajo, se convierte en un elemento central del intercambio entre centro y periferia. Esta exportación se produce por dos vías interrelacionadas: por un lado, la exportación indirecta de fuerza de trabajo empleada en las plantas de ensamble de los países periféricos (mediante operaciones de maquila o subcontratación), en tanto eslabones de las cadenas globales de producción, y, por el otro lado, la migración laboral o exportación directa de fuerza de trabajo.

En el primer caso, las grandes corporaciones transnacionales logran acceder a fuerza de trabajo de regiones y países periféricos mediante el desplazamiento de una parte del proceso productivo global, sin que ello dé lugar a encadenamientos productivos hacia delante o hacia atrás con el resto de la estructura productiva del país donde se instalan.

Se trata de verdaderos enclaves que generan en los países periféricos la apariencia de avances en su plataforma de exportación hacia bienes manufacturados, pero que en realidad significan una regresión, puesto que lo único que aportan al proceso de acumulación son salarios bajos y, en el mejor de los casos, un limitado impacto multiplicador vía consumo. Bajo esta modalidad de exportación, el país periférico transfiere las ganancias netas al exterior –muchas veces a través de operaciones, exentas en la mayoría de los casos del pago de impuestos y libres de toda responsabilidad en cuanto a posibles daños ambientales.

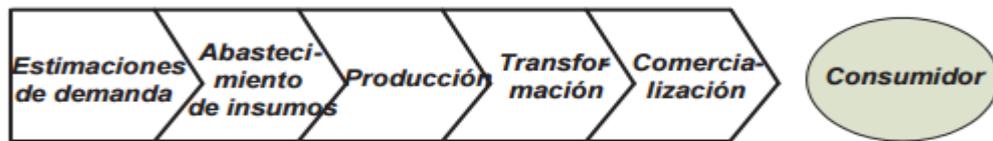
En el segundo caso, i.e. la exportación directa de fuerza de trabajo, se atiende a la demanda de trabajo barato en los propios territorios del capitalismo central con el propósito no sólo de satisfacer una demanda que el país receptor no puede cubrir, sino también de, y ante todo, abaratar costos laborales (Márquez y Rodríguez, 2009).

3.2.3.6. Modelos de cadenas productivas

Cadenas productivas globales

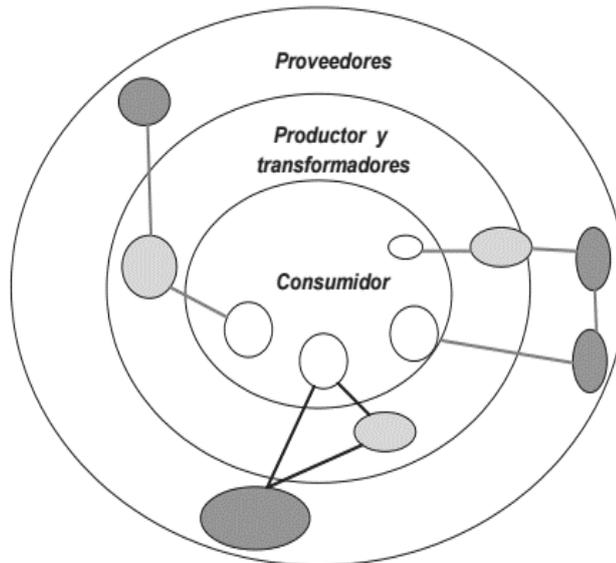
De acuerdo al programa estatal de ciencia y tecnología del estado, establece que las escalas y, por ende, la orientación de las cadenas productivas dependen de los principales factores de operación identificados por los modelos de competitividad de la Mi Pyme: tecnología, capital y mano de obra, entiéndase ésta como capacitación del recurso humano y organización del mismo dentro de la empresa. Así que el factor tecnológico asociado a la formación del recurso humano, se convierte en elemento clave de integración de cadenas productivas y de la generación de valor (Bada, 2013). A continuación se expone la vieja cadena productiva versus la nueva cadena productiva.

Figura 10. Vieja cadena productiva



Fuente: elaboración propia con aporte de Balda L.R. (2013)

Figura 11. Nueva cadena productiva



Fuente: elaboración propia con aporte de Balda L.R. (2013)

El capital industrial y el comercial han promovido la globalización, al establecer tipos diferentes de redes económicas internacionales, que puedan denominarse respectivamente, cadenas productivas dirigidas al productor y cadenas productivas dirigidas al comprador.

El estudio del Programa de Ciencia y Tecnología de Jalisco, establece que una cadena productiva (*commodity chain*), se refiere al amplio rango de actividades involucradas en el diseño, producción y comercialización de un producto (Bada, 2013).

Cadenas productivas por sectores económicos

Estos modelos de cadenas productivas están integrados por los tres sectores económicos de la economía: agropecuaria, el sector industrial y de servicios, estos sectores tienen relaciones intersectoriales debido a que el sector agropecuario le vende materias primas agrícolas al sector industrial y le compra fertilizantes, abonos, y

maquinaria agrícola, el sector de servicios le compra alimentos al sector agropecuario, este le solicita servicios financieros, comerciales y de transporte al sector servicios, el sector industrial le vende al sector servicios, muebles, equipo de oficina y camiones entre otros; el sector de servicios le proporciona a la industria servicios profesionales, médicos, otros financieros (Bada, 2013).

Cadena productiva del sector agropecuario

El sector agropecuario antes llamado sector primario, se encuentra formado por cuatro ramas o actividades económicas: agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, los sectores agropecuarios presentan una falta de integración entre los agentes productivos, los cuales por el contrario comprende diez individuos entre sí (proveedores de insumos, intermediarios y medios de transformación, comercialización entre otros) a continuación se detallan los modelos de cadenas productivas de las cuatro actividades que conforman este sector.

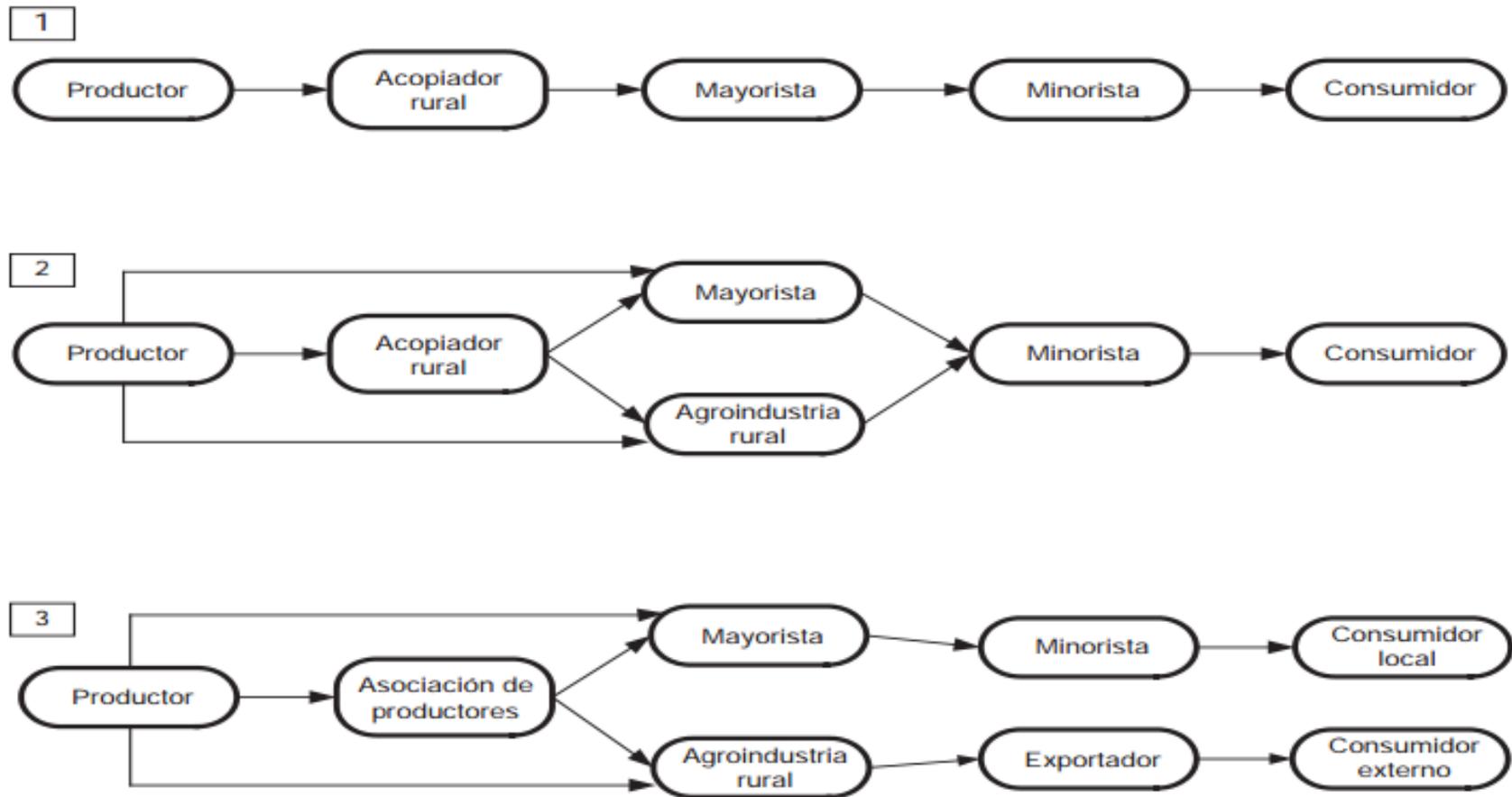
Cadenas productivas de actividades agrícolas

García J. (2014) propone el modelo de las tres estructuras posibles de las cadenas productivas agrícolas, donde en la primer estructura muestra una cadena productiva en un sólo sentido, los actores que la forman van desde el productor hasta el consumidor final y el producto se destina sin transformación alguna; en la segunda estructura, la cadena productiva tiene implícita la relación a la agroindustria rural en donde el producto puede llevarse al consumidor final en su versión original y con un proceso de transformación implícito, en la tercera estructura.

La cadena productiva contiene el eslabón de la asociación de productores donde destina el producto ya sea en su versión original o procesado para el minorista o para la exportación y existen dos tipos de consumidores finales el local y el externo.

Estas estructuras dependen de la cantidad de producción y de la organización de los actores (Bada, 2013).

Figura 12. Cadenas Productivas del sector agropecuario



Fuente: elaboración propia con aporte de Balda L.R. (2013)

Cadena productiva de actividades ganaderas

La ganadería es una actividad económica, dedicada a la crianza del conjunto de especies animales para sacar provecho al animal y a sus productos, así como la propia explotación del ganado.

La ganadería tiene como objetivo la producción de animales para obtener carne y derivados, como la leche, cuero, lana.

La ganadería bovina, porcina, equina, caprina y ovina son las más comunes, pero últimamente la cría de liebres, cuyes, carpinchos, nutrias y otros animales alternativos ha comenzado a aumentar.

En la figura 13, que se aprecia más adelante se puede ver el modelo de la cadena productiva de ganado caprino propuesto por Valdivieso, F. et, al. (2006) presenta el enfoque sistémico en la relación entre actores sociales e instituciones públicas y privadas de apoyo al sector caprino, así como el análisis global de las variables, al realizar un análisis crítico y reflexivo de la complejidad de sus componentes (Bada, 2013).

Cadena productiva de actividades pesqueras

Gomes De Castro A, (2003), propone un modelo de cadena productiva de la Costa Pacífica Sudamericana (Colombia, Ecuador, Perú y Chile), (Figura 14), dicho modelo toma en cuenta el nivel de profundidad de información, la cuestión de sustentabilidad de los recursos naturales que soportan la actividad pesquera y la competitividad de los productos de las cadenas productivas del complejo agroindustrial de la pesca en los cuatro países.

Este modelo tiene por objetivo la identificación de factores críticos limitantes al desempeño actual de la cadena, a través de análisis de flujos de materiales y de capital, de procesos productivos, de entradas y salidas en cada subsistema (eslabones o segmentos) y de las interacciones entre eslabones y segmentos.

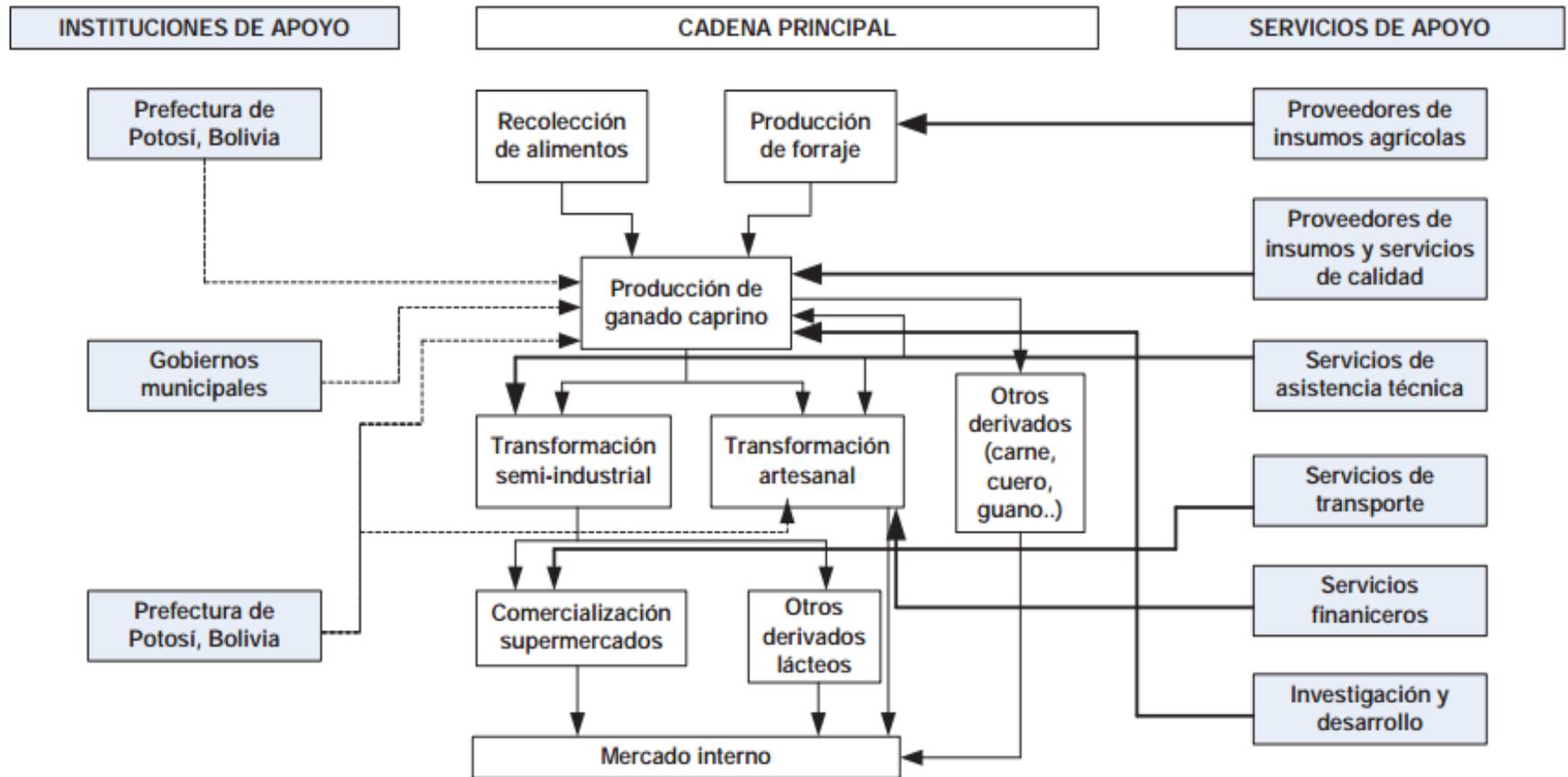
Los factores críticos identificados corresponderán a las demandas actuales (tecnológicas o no-tecnológicas) de la cadena productiva de pesca en el país (Bada, 2013).

Cadenas productivas agroindustriales

En la figura 15, se aprecia el modelo de cadena productiva agroindustrial, de Gomes De Castro, (2002); está compuesto por conjuntos de actores sociales interactivos, tales como sistemas productivos agropecuarios, proveedores de servicios e insumos, industrias de procesamiento y transformación, distribución y comercialización, además de consumidores finales del producto y subproductos de la cadena.

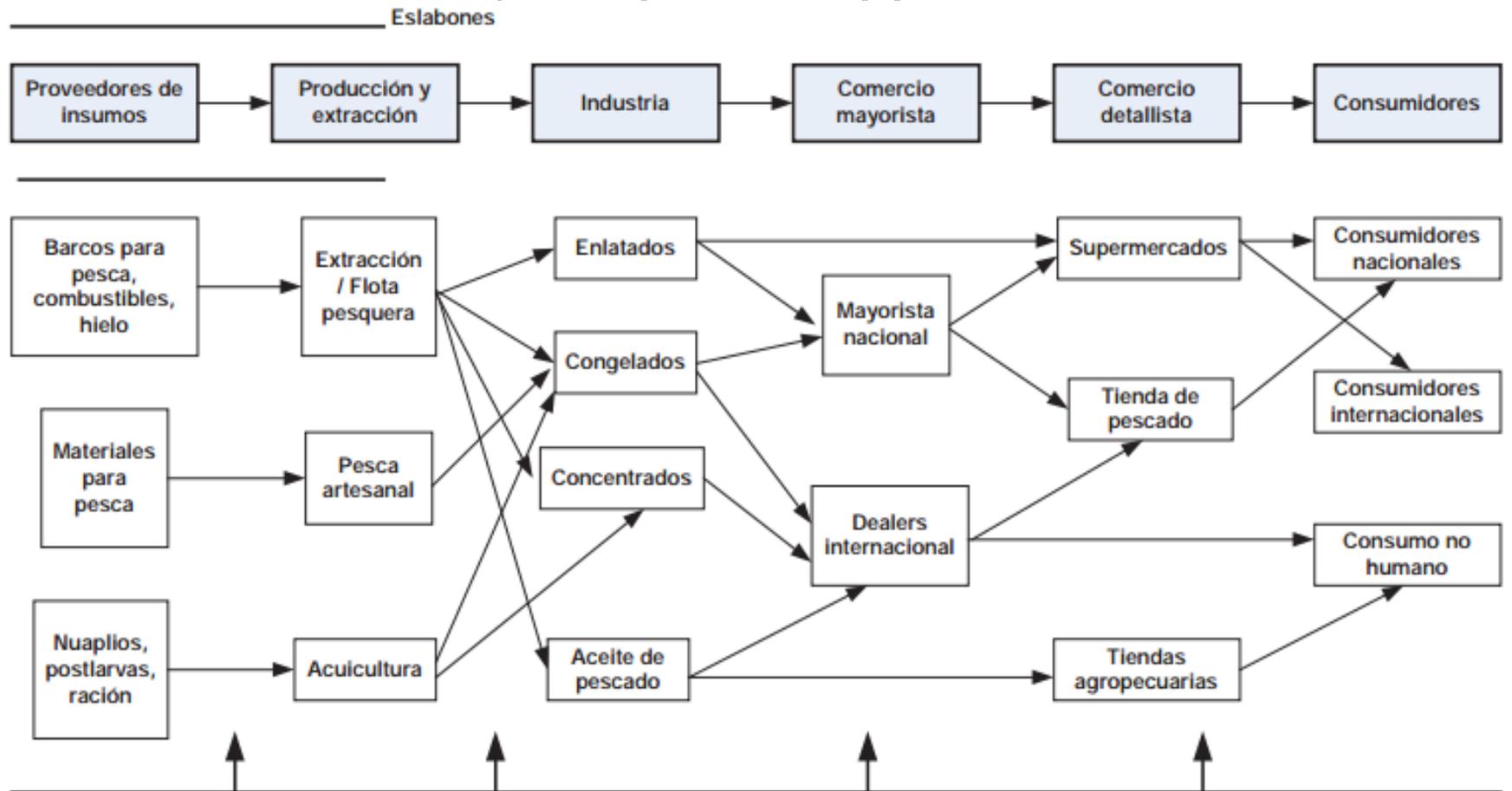
Los actores sociales de cada cadena productiva pueden presentar un comportamiento cooperativo o conflictivo entre sí, en situaciones diversas (Bada, 2013).

Figura 13. Cadena productiva de actividades ganaderas



Fuente: elaboración propia con aporte de Balda L.R., (2013)

Figura 14. Cadena productiva de actividades pesqueras

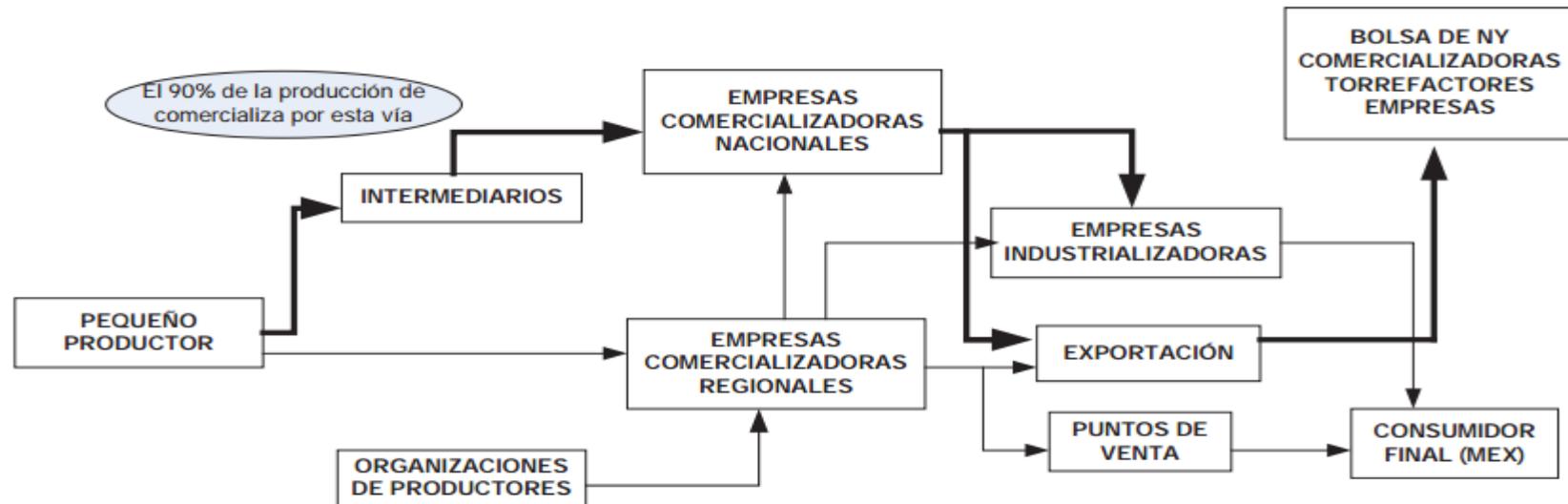


Fuente: elaboración propia con aporte de Balda L.R. (2013)

Figura 15. Modelos de cadenas productivas agroindustriales



Figura 16. Cadena productiva del café



Fuente: elaboración propia con aporte de Balda L.R. (2013)

En la figura 16 se muestra la cadena productiva de la agroindustria del café, donde se especifica la ruta más común que presenta su comercialización, además muestra que en la mayoría de los casos el potencial de valor agregado por parte de los productores es mucho más significativo que el que puede agregar al sector comercio.

Así mismo, dado que el 90% del café se comercializa a través de intermediarios, representa un área de oportunidad importante para que el productor primario pueda simplificar y participar en este proceso, a fin de apropiarse de una parte de valor que genera el mismo (Bada, 2013).

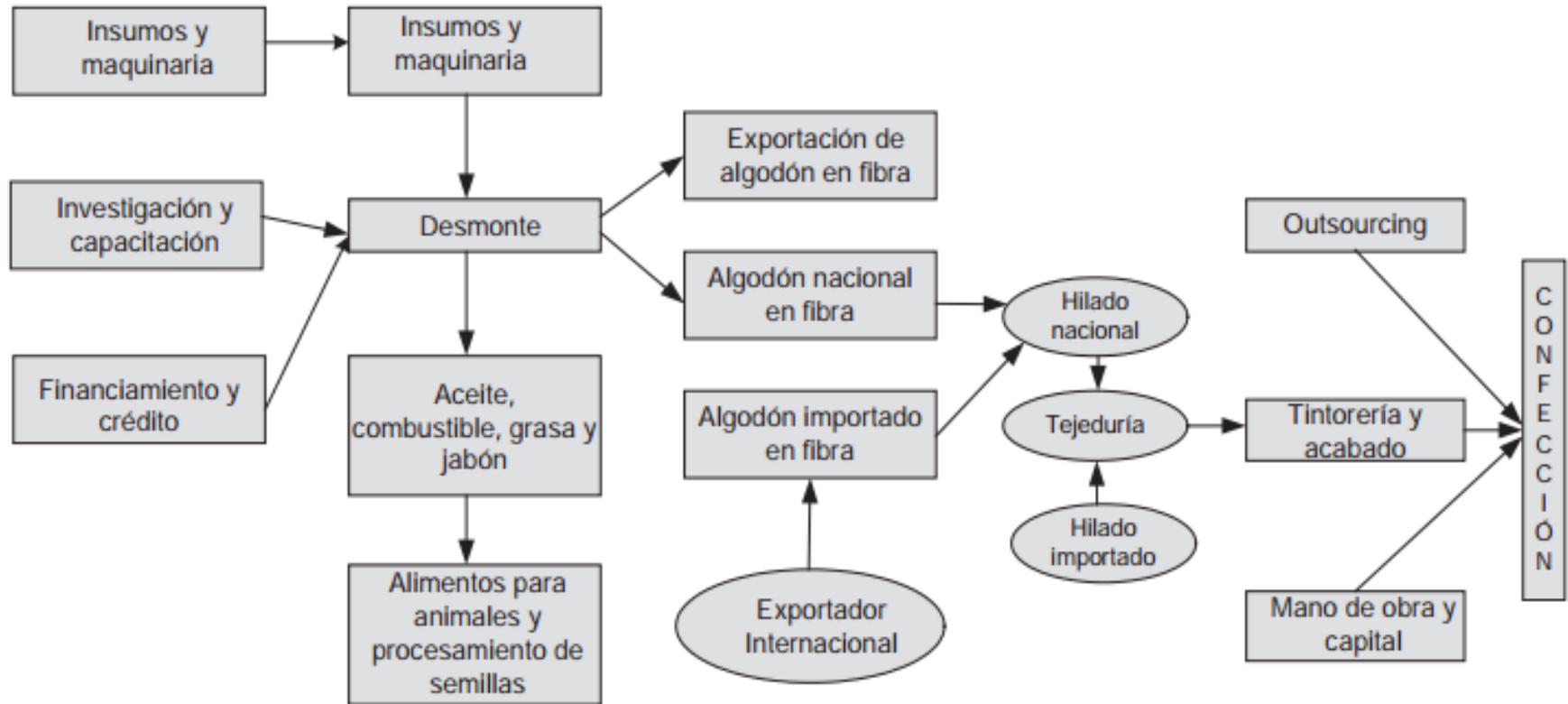
Cadenas productivas del sector industrial

El sector industrial tradicionalmente llamado sector secundario de la economía, se divide en dos subsectores: industria extractiva e industria de transformación.

Las cadenas productivas industriales muestran el valor más significativo en la calidad del proceso de transformación del producto y la tecnología así como también en la distribución y comercialización de los productos (Campebell, Rozemberg, y Svarzman, 1999).

En la figura 17, se muestra la cadena productiva textil y confecciones, donde la parte más significativa del valor agregado del sector lo representan los productores de fibras naturales como el algodón y las empresas productoras de fibras textiles sintéticas y artificiales donde estas últimas demuestran el altísimo contenido tecnológico de la petroquímica secundaria (Bada, 2013).

Figura 17. Cadenas productivas del sector industrial



Fuente: elaboración propia con aporte de Balda L.R. (2013)

3.2.3.7. Clústeres

El término “clúster” fue acuñado por Porter (1999), en su estudio sobre la ventaja competitiva de las naciones, en el que consideraba que la agrupación de empresas y su correspondiente especialización en determinadas actividades productivas contribuían favorablemente sobre la ventaja competitiva.

Según el propio autor, un clúster es “Un grupo de empresas e instituciones de apoyo concentradas en un territorio que compiten en un mismo negocio y que comparten características comunes y complementariedades” (Porter, 1999, pág. 157).

Los clústeres mejoran la ventaja competitiva de las empresas en tres aspectos fundamentales: incrementan su productividad; aumentan su capacidad para innovar y reducen sus costes, todo ello gracias a la posibilidad de compartir recursos, capacidades, experiencias y conocimientos.

Cuando varias empresas crean un clúster, pueden tener diferentes objetivos, pero siempre han de identificar al menos un objetivo común en alguna de estas ramas: Negocio o I+D. (Investigación y Desarrollo).

Objetivos más habituales relacionados con el Negocio

Practicalteam (2016) señala que los objetivos más habituales relacionados con el Negocio son los siguientes:

- Tener o querer targets comunes. Gracias a la agrupación de las empresas pueden aumentar la probabilidad de venta y disminuir la competencia en el mercado.
- Acceder a mercados comunes, principalmente internacionales o de difícil acceso. Al unir fuerzas, las empresas pueden acceder a mercados con mayor rapidez o que serían inviables si entraran individualmente.
- Compartir actividades y costes promocionales

- Reducir costes, gracias a la posibilidad de compartir recursos, capacidades y conocimientos. Aumentar ventas. Gracias a la unión, pueden abarcar proyectos de mayor envergadura y acceder a algunos que de otra manera no sería posible.

Objetivos más habituales relacionados con la I+D+I (Investigación, Desarrollo e Innovación)

De igual manera Practicalteam (2016) señala que los objetivos más habituales relacionados con la I+D+I (Investigación de Desarrollo e Investigación) son los siguientes:

- Compartir recursos (conocimiento, tiempo, dinero, personas, instrumentos...) y optimizarlos para poder desarrollar productos y servicios que sólo con sus capacidades individuales sería inviable.
- Compartir conocimientos y experiencias.
- Actuar conjuntamente ante administradores, clientes u otros *stakeholders*, con el propósito de solicitar ayudas, u otro tipo de recursos y de facilitadores

El desarrollo de un clúster es un proceso aparentemente sencillo, pero en el que deben darse las siguientes condiciones:

- Involucración ejecutiva de los gerentes y directores generales de las empresas pertenecientes al clúster.
- Consideración del clúster como instrumento estratégico y no como una herramienta táctica.
- Existencia de núcleo “duro” de 2-3 empresas que hagan de “locomotora” y de un grupo “blando” que vaya a remolque.

- Tamaño inicial no superior a 5-7 empresas (máximo 10) hasta no sentar las bases del clúster.
- Empresas componentes de diferente tamaño y complementarias

En definitiva, un clúster es una herramienta de competitividad para las empresas que lo componen, siempre y cuando quieran, sepan y puedan llevar a cabo el proceso de desarrollo y dinamización del mismo (Practicalteam, 2016).

Componentes de un clúster

La clave de los clústeres es cooperar y competir, los clúster están compuestos de la siguiente forma (Cabrera, 215):

- Las empresas
- Servicios de proveedores
- Los proveedores de componentes
- Proveedores de capital y equipos
- Instituciones de investigación y desarrollo
- Consumidores
- Organismos/Agencias Públicos
- Infraestructura Pública

Características Comunes de los clústeres exitosos

Dentro de estas características están las siguientes (Cabrera, 215):

- Entendimiento común de la competitividad y el rol de los clústeres en la ventaja competitiva.

- Focalización en la eliminación de los obstáculos y flexibilizar restricciones a las mejoras del clúster.
- Apropriados límites del clúster.
- Amplia participación de participantes e instituciones asociadas.
- Liderazgo del sector privado.
- Mucha atención a las relaciones personales.
- Un sesgo hacia la acción.
- Institucionalización.

Modelos de Clúster

Un modelo es una aproximación a la realidad, es decir, tomar elementos o fenómenos reales y mostrarlos de una manera esquemática, a través de gráficos, tablas, ecuaciones o texto, explicando en qué consisten los distintos componentes y las relaciones que se dan entre ellos.

Existen diferentes modelos de clúster los cuales desarrollan sus actividades de acuerdo al sector en el que se formó el clúster, estos modelos se los expone a continuación.

Clúster Industriales

Según Herrera (2015) Es un modelo de desarrollo regional que busca consolidar las fortalezas de los sectores industriales y de servicios más característicos de una región y promover un crecimiento económico sostenido, se trata de una estrategia para consolidar a la micro y pequeña industria que caracteriza a algunos de los sectores estratégicos, estas agrupaciones de empresas de diferentes industrias bien definidas, tienen el objetivo de acceder a nuevos mercados y desarrollar oportunidades de negocio mediante la nivelación de sus recursos y por ende, de sus competencias.

Un clúster es una agrupación de proyectos de investigación, o de cualesquiera de otros instrumentos de la acción comunitaria, que se unen para abordar y resolver un problema importante definido en una acción clave o en una actividad genérica dentro de los diferentes programas.

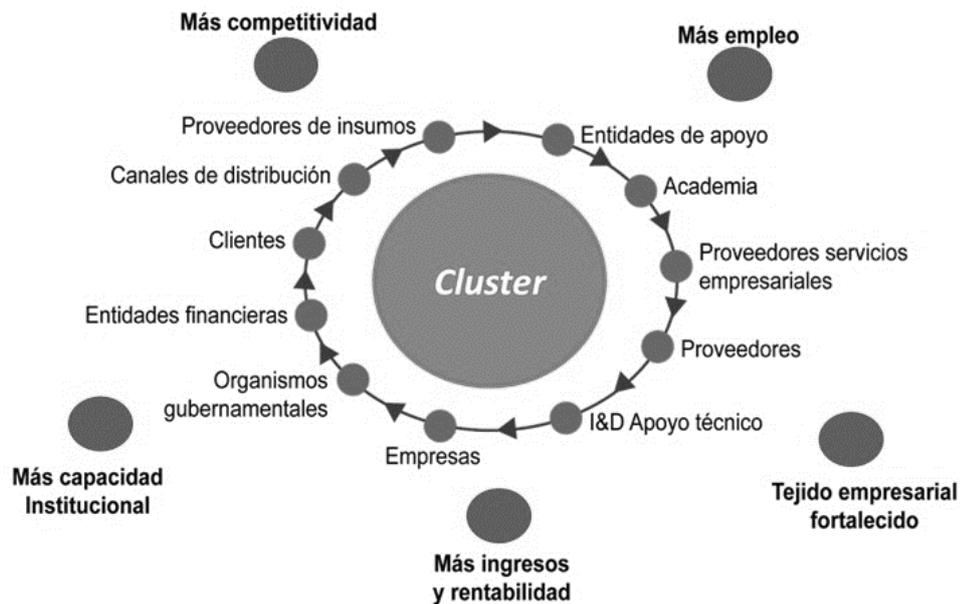
La participación industrial es un elemento esencial del clúster y ha dado lugar a las llamadas plataformas industriales.

La experiencia de la última década parece conducir al redescubrimiento de la importancia de la ubicación geográfica de la producción, y de las redes de interdependencia entre las empresas y los agentes sociales en los que se lleva a cabo la producción. Según Sforzi (2002) pág. 147, la convicción reciente de que "el sistema de producción no se puede considerar separadamente de las características locales y de los factores humanos que contribuyen a su realización, significa el reconocimiento de la unidad productiva integrada".

Tanto el sistema productivo como el mercado de trabajo son locales, ya que tienden a ubicarse en la misma zona geográfica y a compartirla. La aptitud para crear una concentración de capacidades locales, tecnología local, infraestructura local y proveedores locales en campos específicos, es considerada la clave para el logro de la competitividad.

Las agrupaciones de empresas llevan consigo un elemento de conocimiento tácito en lo que respecta a tecnología, capacidades, productos y procesos, que suele ser específico para cada conjunto de empresas y va acumulándose a lo largo del tiempo. Por otro lado la innovación y el avance tecnológico constituyen un proceso que se desarrolla progresivamente basado en este conocimiento. Esto supone un beneficio mutuo tanto para usuarios como para productores.

Gráfico 1. Clúster industrial



Fuente: elaboración propia con aporte de Herrera (2017)

Clúster Informático

Según Prosec (2015). Los clúster se pueden clasificar tomando en cuenta diferentes aspectos como la aplicación, disponibilidad, servicio, hardware, sistema operativo, configuración y el número de nodos.

Se tomó en cuenta la siguiente clasificación con respecto al servicio que proveen los clúster:

Tolerante a fallas (*Fail-Over*)

Utiliza una conexión de alto desempeño entre las computadoras; ésta conexión es utilizada para monitorear cuál (es) de los servicios están en uso, así como la sustitución de una máquina por otra cuando uno de sus servicios ha caído.

Balaneo de carga (*Load-Balancing*)

Cuando los recursos del nodo son insuficientes para el procesamiento de los datos, el clúster distribuye entre los demás nodos las tareas para un mejor desempeño.

Alto Desempeño (High Performance Computing)

Estas máquinas han estado configuradas especialmente para centros de datos que requieren una potencia de computación extrema. Se tomó en cuenta además los siguientes modelos de clúster informáticos.

NUMA (Non-Uniform Memory Access)

Tiene acceso compartido a la memoria donde se puede ejecutar el código del programa.

MPI (Message Passing Interface)

Es el estándar abierto de librerías de paso de mensajes. MPICH y LAM (Local Área Multicomputer) son dos implementaciones de MPI de código abierto.

PVM (Parallel Virtual Machine)

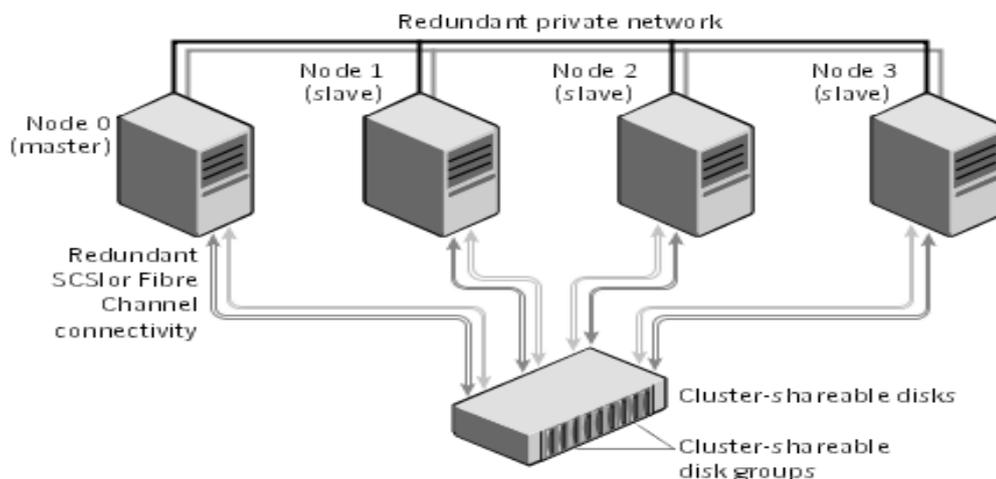
Al igual que MPI, también es usado en clústeres *Beowulf* y se basa en paso de mensajes, aunque ya está cayendo en desuso, pues carece de varias características y no cumple con los nuevos estándares para desarrollo de programas paralelos.

Beowulf

Es un clúster de componentes commodity dedicados a la solución de un problema paralelo. El primer clúster de este tipo fue desarrollado por Thomas Sterling, de la división de Ciencias de la Tierra de la NASA en JPL California. Esta solución popular ha sido ampliamente aceptada en varios ambientes de producción, principalmente laboratorios de investigación y sitios académicos.

En una configuración tradicional de un clúster Beowulf, los nodos se conectan por medio de una red privada, y sólo el nodo maestro es visible desde el exterior. El nodo maestro está reservado para acceder, compilar y manejar las aplicaciones a ejecutar.

Gráfico 2. Clúster informático



Fuente: elaboración propia con aporte de Prosec (2015)

Clúster económico

Un clúster económico es una concentración de empresas e instituciones que se agrupan alrededor de una actividad común y en una determinada localidad geográfica para alcanzar un alto índice de beneficio y eficiencia. En este sentido, se distinguen dos tipos de clúster económico (Gil, 2013):

Los integrados verticalmente, donde las sociedades se enlazan a través de la cadena de suministros, y los integrados horizontalmente, en los que las diferentes organizaciones comparten una base común de conocimientos y un mercado similar para sus productos, empleando tecnologías, recursos humanos y bienes naturales semejantes.

Desde hace relativamente pocos años, los clústeres económicos se han utilizado como un instrumento de la política industrial. Es decir, si tradicionalmente los gobiernos apostaban por el desarrollo a partir de conglomerados específicos, últimamente se considera que una estrategia económica planificada en clúster puede ser más eficaz puesto que centra sus objetivos en un sistema determinado.

Estos clúster incluyen, por ejemplo, proveedores de componentes, maquinaria y servicios, y distribuidores de infraestructura especializada. Con frecuencia, también se extienden hasta llegar a fabricantes de productos complementarios y a empresas que operan en industrias relacionadas por sus habilidades y tecnologías.

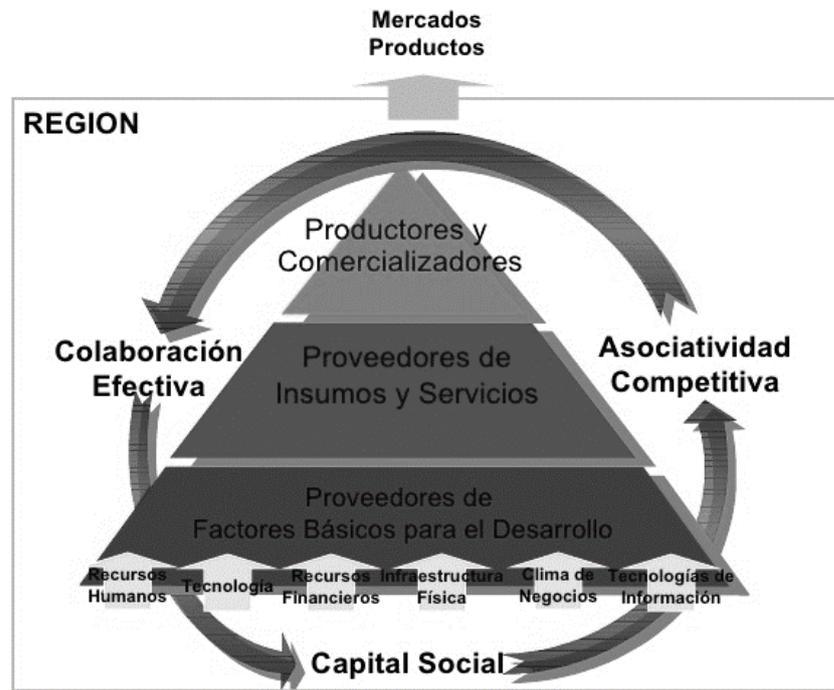
Paralelamente, muchos clústeres engloban organismos gubernamentales y otras instituciones -como universidades, centros de estudio, proveedores de capacitación y asociaciones de comercio- que proveen entrenamiento, educación, información, investigación y apoyo técnico.

Además, los clústeres alientan la competitividad ya que, al estar organizados alrededor de clientes, enfocan mejor las necesidades de éstos -de los clientes- que son el corazón de la ventaja competitiva. Asimismo, crean mercados más eficientes para todos los participantes del clúster, dinamizando como resultado la productividad. Por último, son centros de innovación, tanto por la rivalidad que se da en algunas áreas como por la cooperación fluida que se da en otras.

Por otro lado, también habría que destacar que la eficiencia colectiva a la que llega el clúster puede ser de tipo pasivo o activo. El primero el tipo pasivo es el resultado de las economías propias de la concentración geográfica y sectorial de las empresas mientras que el segundo el tipo activo surge a partir de las consecuencias de las alianzas estratégicas que llevan a cabo los jugadores pertenecientes al clúster.

Con todo, es importante subrayar la influencia de los aspectos sociales y culturales que rodean a un clúster ya que determinan la confianza y la cooperación que deben existir entre los agentes que constituyen el clúster al que nos referimos. En caso contrario, si se carece de esos necesarios ingredientes la confianza y la cooperación, sólo existirían concentraciones geográficas de empresas sin mayores beneficios (Gil, 2013).

Gráfico 3. Clúster económico



Fuente: elaboración propia con aporte de Gil (2013)

Clúster turístico

En el caso del destino turístico, la localización y la proximidad toman una especial relevancia. De hecho, si nos imaginamos un destino concreto, pensaremos en un territorio con una serie de productos que precisamente lo caracterizan, y por ello algunos destinos se pueden considerar también clústeres según la intensidad y/o variedad de productos del destino.

En el turismo las relaciones (o no relaciones) entre las empresas de un mismo destino toman una especial relevancia a la hora de determinar si se trata de un clúster o no. Además, debido al carácter sistémico del turismo, en una revisión más actualizada del término, se debería añadir también a todas las instituciones y demás agentes que configuran la red de un determinado destino.

Por tanto, los clústeres no son nuevos, ni solamente turísticos, ni por supuesto únicamente con base territorial o empresarial. Para lo que aquí nos interesa, el concepto de clústeres resulta útil para proponer definiciones del territorio alternativas (por ejemplo, en base a productos), o como una herramienta más para la segmentación (Williams, 2015).

Gráfico 4. Clúster turístico



Fuente: elaboración propia con aporte de Williams (2015)

Clúster agrícola

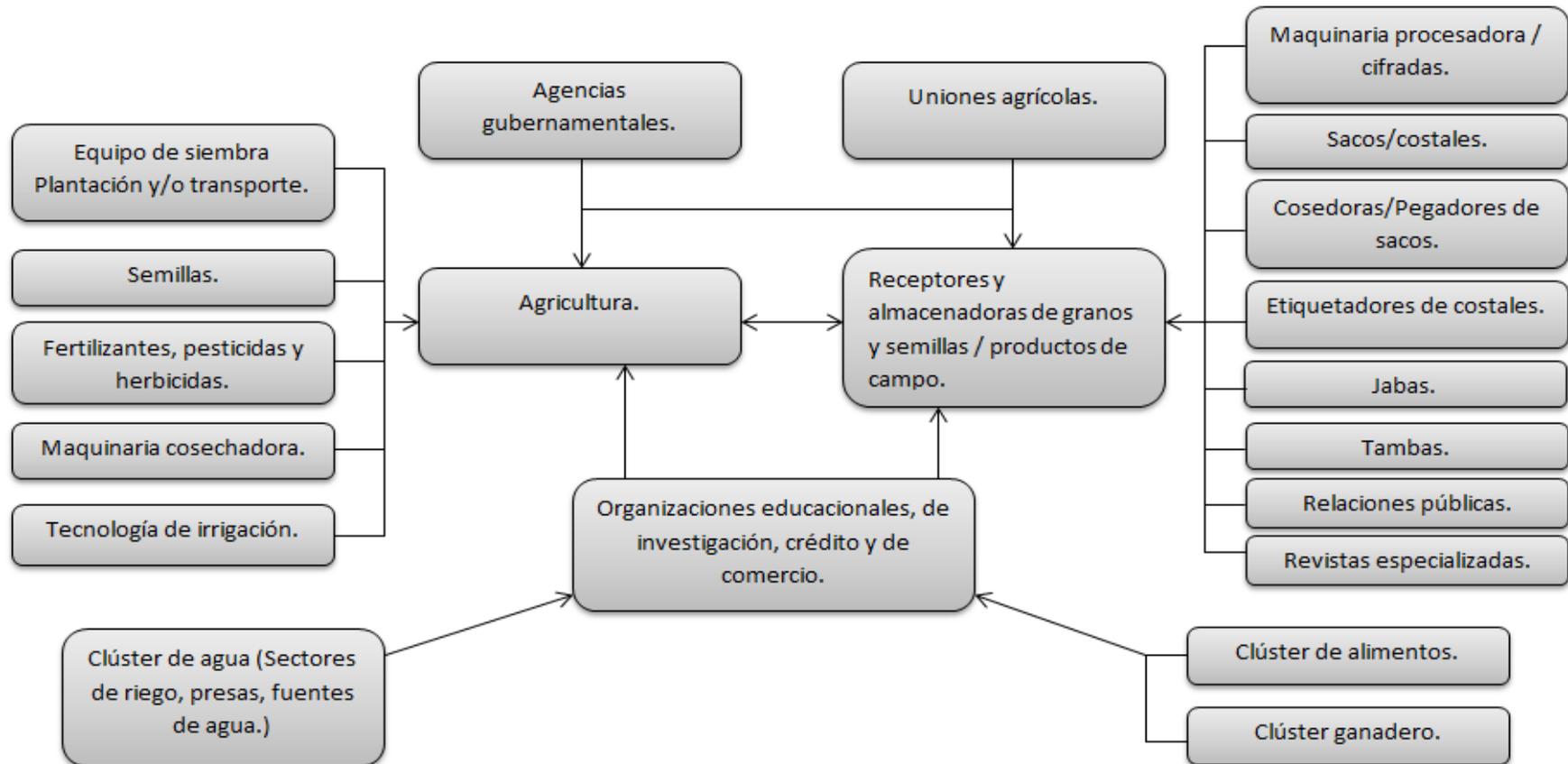
Clústeres agrícolas y cadenas de suministro agroalimentarias. A propósito de la industria agroalimentaria, esta reconoce hace apenas una década que la Administración de la Cadena de Suministro o Supply Chain Management (SCM) es un concepto clave para su competitividad.

La rápida industrialización de la producción agrícola, la estructura de oligopolio del sector de distribución de alimentos, el avance de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en la logística, las preocupaciones de los clientes y las normas gubernamentales de seguridad alimentaria, el establecimiento de requisitos de calidad en alimentos, la aparición de formas modernas para la venta minorista de alimentos, la creciente importancia de integración vertical y alianzas horizontales, así como la aparición de una gran cantidad de empresas multinacionales; son sólo algunos de los desafíos del mundo real que han conducido a la adopción del SCM en el sector agroalimentario.

En este sentido, Manzini y Accorsi (2013) consideran que indicadores clave de desempeño que evalúen diseño, planificación, gestión y control de las cadenas de suministro agroalimentarias son necesarios para medir:

- 1) Niveles de seguridad, calidad, sostenibilidad y eco eficiencia de la cadena;
- 2) cada etapa del suministro en la cadena (sea adquisición de materias primas, cumplimiento, almacenamiento, fabricación, distribución)
- 3) desempeño de actores involucrados (consumidores, proveedores de logística, fabricantes) y
- 4) la interacción de las disciplinas de interés (elaboración de alimentos, fabricación, logística, microbiología, embalaje, entre otros). Según Fischer y Hartman (2010) es evidente que las cadenas de suministro agroalimentarias modernas necesitan desarrollar la colaboración sólida y relaciones de largo plazo entre sus socios. En consecuencia, los clústeres se deben articular a las cadenas agroindustriales y con ellos las definiciones de integración, cooperación y coordinación para asegurar eficiencia y prácticas de desarrollo sostenible (Tapia, Aramendiz, y Pacheco, 2015).

Figura 18. Clúster agrícola



Fuente: elaboración propia con aporte de Tapia, Aramendiz y Pacheco (2015).

Clúster textil

El sector de las confecciones ha sido históricamente importante para el Ecuador debido a que representa más del 5% de las exportaciones no tradicionales del país, aparte de que ha crecido a una tasa anual del 3.9% (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009).

La producción de textiles se concentra en la capital, Tungurahua y Azuay con el 91,5% de las ventas en el 2009, y alcanzando la cifra de US\$ 5.14 millones en el 2008. Por otra parte, Ecuador se ha convertido en uno de los principales centros de la moda en Latinoamérica con ferias como Expo Moda y Piel Moda Internacional, las cuales enfatizan las ventajas de la industria y los avances en materia de moda (Proexport, s.f. 2011).

Actualmente, la cadena productiva del clústeres del sector textil-moda se ha formado con los siguientes eslabones: el primero consiste en la recolección y producción de fibras naturales y químicas. De las fibras naturales, el algodón es el que más se produce en Ecuador, aunque con la apertura económica se ha aumentado las importaciones reduciendo de esta manera su obtención. La producción de las demás fibras entre las que se encuentran la lana, el lino, el yute, el fique es relativamente inexistente.

En cuanto a las fibras sintéticas estas dependen de importaciones de regiones como Estados Unidos, Holanda, Brasil, México, Israel, Asia y la Unión Europea. El segundo eslabón consiste en realizar hilados y tejidos con las fibras para crear confecciones (Cepeda y Villareal, 2007).

En las organizaciones existen ventajas competitivas y comparativas que fueron definidas por Porter (2008). Las ventajas competitivas se dan por dos medios: precios inferiores y diferenciación. Los costos bajos, consiste en producir y comercializar un producto a precios iguales o parecidos a los de sus competidores, traduciéndose en rendimientos superiores.

La diferenciación consiste en brindar al consumidor un valor único en calidad y características especiales. Estos dos elementos combinados conforman tres estrategias:

liderazgo de costos, diferenciación y enfoque. Las ventajas comparativas se refieren a las diferencias existentes en cada país en cuanto a recursos naturales, acceso a materias primas y capital, lo que no necesariamente es un requisito para competir internacionalmente (Calle y Tamayo, 2005).

Actualmente, la competitividad del clúster textil-moda es de vital importancia para aumentar la productividad, dado que esta le brinda herramientas a las empresas integrantes del clúster para desarrollar estrategias e innovación de nuevos diseños que corresponden a las investigaciones y necesidades del mercado, de acuerdo a las tendencias de clase mundial, con los cuales aumentar la participación en los mercados nacionales e internacionales.

Para el presente año según reporte del ministerio de comercio industria y turismo se prevé un crecimiento en el sector textil-moda superior al 5% (Monroy, 2012). Lo cual beneficia a este sector; que en los años anteriores habían presentado una caída del 40% en las exportaciones, debido a la crisis económica y a la dependencia de países como Venezuela y Ecuador, con los cuales existieron desacuerdos en el transcurso del año 2009 y 2010.

Además, las importaciones del sector decrecieron un 18%, dada la reducción de las compras a países como China y Estados Unidos. No obstante, las compras a China siguen siendo representativas con un 20% en textiles y 40% en confecciones. El sector ha contribuido a crear aproximadamente, en el 2009, 130 mil empleos directos y 750 mil empleos indirectos, participando en el 3% del PIB nacional (Monroy, Estrategias e innovación del clúster textil, 2013).

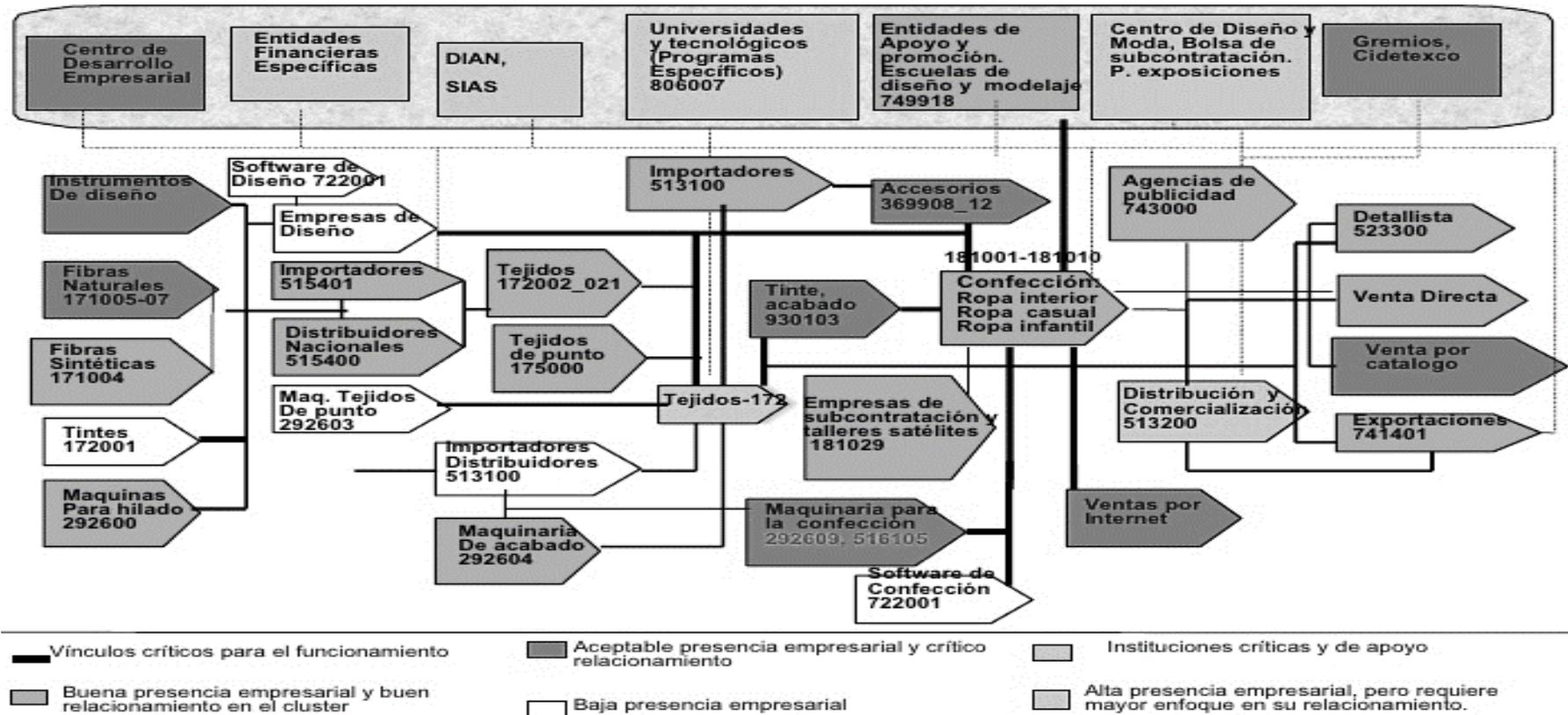
Clúster textil-moda en Ecuador (Clústeres de la Moda): El clúster de textil-moda, fue identificado en el año 2003, en busca de organizar, centralizar y modernizar la comunicación del sector, con El número de establecimientos textiles en la capitán que en 2008, fue de 52.85% y de confección de prendas de vestir de 45.10%. Aparte de que el sector en Quito tiene una gran representatividad en comparación con las demás ciudades del país, en producción, empleo (con el 24, 3%,), y valor agregado, constituye el 9% del PIB de Quito.

Además, el sector se compone principalmente de microempresas con un 89,41%, en segundo lugar de pequeñas empresas con un 8,52%, en tercer lugar con medianas empresas con un 1,63% y en cuarto, las grandes con un 0,44%. Las empresas exportadoras de prendas de vestir de Quito en 2009, fueron: de prendas de vestir 1098 y de textiles y confecciones 681. (Clústeres de la moda de Quito, 2010; Empresas y Economía.com, 2011) Quito con el clústeres de la moda ha comenzado a establecerse en este sector.

En los esquemas de los clústeres mostrados a continuación, se puede observar cómo es su organización y sus eslabones (Monroy, Estrategias e innovación del clúster textil, 2013).

Figura 19. Clúster textil

CLUSTER TEXTIL/CONFECCIÓN DISEÑO Y MODA



Fuente: elaboración propia con aporte de Monroy (2013)

Ventajas y desventajas de ubicarse en un clúster

(Cabrera, 215), afirma que las ventajas y desventajas de ubicarse en un clúster son las siguientes:

Ventajas

- Alto Crecimiento
- Alta productividad
- Mayor rentabilidad
- Mayor competitividad
- Mayor formación de nuevas firmas
- Alto crecimiento de empleos

Desventajas

- Inflación de costos laborales, arriendos y terrenos
- Ampliación de disparidades de ingreso
- Sobre especialización
- Lock-in institucional
- Absorción extranjera

3.2.3.8. Cadenas productivas de Tungurahua

Tungurahua cuenta con Cadenas productivas como la Avícola, Textil, Cuero y Calzado que fortalecen la comercialización asociativa.

Clúster avícola de Tungurahua

El sector avícola de la provincia de Tungurahua ha debido recurrir a las alianzas estratégicas y convenios entre diferentes empresas tal es el caso que se ha llegado a formar asociaciones entre grandes empresas avícolas dando lugar a un clúster avícola para por medio de este operar en el mercado con mayor fuerza u mucho más peso lógicamente, y de esta manera poder ser tomados en cuenta con mucha más importancia en el mercado avícola de Tungurahua y el país debido a que sus actividades comerciales requieren del financiamiento para la importación de ,materia prima para dichas asociaciones que integran este clúster avícola de la provincia de Tungurahua, mismas que son:

ASAVICO, ASOPEC y ASOFABAT, las tres asociaciones principales de productores avícolas de la provincia de Tungurahua, tiene su sede en ésta provincia, sin embargo se debe tener en cuenta que se encuentran ubicadas en los polos de desarrollo de la misma, como son:

Norte: sector parque Industrial, que tiene asociados avícolas de Tungurahua, Cotopaxi, Pichincha, entre otros.

Sur: sector Huachi Chico, atiende a asociados de las provincias de Tungurahua, Chimborazo, Cotopaxi, y Pastaza, y en calidad de polo de desarrollo principal del cantón Pelileo, sur de la provincia, el sector de Cotaló, en el cual se concentra de forma asociativa la totalidad de productores avícolas de éste sector.

Esta asociación muestra al mercado el diseño de la marca o logotipo con el cual será identificada en el mercado, el cual se expone a continuación.

Gráfico 5. Logotipo clúster avícola de Tungurahua



Fuente: elaboración propia con aporte de Asociaciones Avícola Uniandes (2014).

El sector avícola del país y de la provincia de Tungurahua ha venido atravesando varias dificultades en los últimos periodos de tiempo, a pesar de ser un sector que presenta fortaleza asociativa y alta generación económica, se ha podido identificar que los costos de materia prima importada suben de forma acelerada, a la vez que no es fácil la adquisición de los mismos ya que se debe tener cupos de importación basados en las autorizaciones proporcionadas por MAGAP.

Pues para poder lograr realizar dicha importación se requiere del respectivo financiamiento, para por este medio poder importar la materia prima para la fabricación de balaceados elaborados por la Asociación de Fabricantes de Balanceados y Avicultores de Tungurahua (ASOFABAT).

Además que al momento el sector avícola en la provincia ha venido superando varios situaciones en calidad de crisis, lo cual se ha podido lograr a través de la generación de apoyos mutuos entre los representantes de las asociaciones al trabajar por un mismo fin en cada uno de sus problemas identificados, como es el control de contrabando de productos avícolas de consumo en los hogares, así también el que se tome en cuenta al sector avícola dentro de los espacios de participación ciudadana a través de la participación en calidad de clúster reconocido ante la prefectura de Tungurahua de acuerdo a su modelo de gestión en la que apoya a los sectores productivos de la provincia.

El clúster avícola está conformado por tres asociaciones de productores avícolas, y cada una de ellas cuenta con su respectivo representante legal, de acuerdo al siguiente detalle:

Tabla 7. Clústeres conformado por tres asociaciones avícolas

#	Nombre de Asociaciones	Siglas	Representante Legal	# Cedula	RUC de la Asociacion
1	Asociacion de Avicultores de Cotalo	ASAVICO	David Rosero	1802307163	1891720641001
2	Asociacion de fabricantes de alimentos balanceados y avicultores de Tungurahua	ASOFABAT	Ing. Jorge Chavez	0603089889	1891701639001
3	Asociacion de productores pecuarios de la sierra central	ASOPEC	Gary Vera	1707509806	1891723586001

Fuente: elaboración propia con aporte de Asociaciones Avícola Uniandes (2014)

El sector avícola de la provincia de Tungurahua se posicionó como un imperio económico dentro del sector avícola del país. En términos económicos, el sector avícola Tungurahuense experimentó algunos momentos de crecimiento y decrecimiento acelerado.

Para fines del análisis y en función de la información disponible, se exploró la evolución de este sector comercial durante dos períodos: i) una década previa a la dolarización (1989 - 1999); y ii) varios años de actividad post-dolarización (2004 - 2012).

De acuerdo con los representantes del clúster avícola de Tungurahua, la primera década de actividad económica constituyó para este sector comercial un período de consolidación y robustecimiento de sus activos productivos.

Es así que para 1990, el sector avícola había alcanzado un nivel económico que superó los USD 500.000 de la época. Adicionalmente, desde 1990 los activos y patrimonio habían mantenido una tendencia al alza (con una tasa de variación de 235% y 193%, respectivamente entre 1990 y 1994) (Secretaria Nacional de Economía Popular y Solidaria, 2013).

En contraste, entre los años 1994 y 1999, se observa un decrecimiento considerable de estas cuentas (66% en activos y 99% en patrimonio). Sin embargo, al mismo año (1999) también se evidenció un fuerte incremento (146%) en los pasivos, debido a la obtención de un crédito productivo con la banca comercial de Tungurahua.

Con respecto a sus cuentas de resultado, al final de los diez años, los ingresos del sector avícola principalmente por concepto de ventas aumentaron considerablemente (125%), gracias a que el oriente de Tungurahua era la zona de mayor producción avícola en el país, durante esos años.

Este hecho se conjugó con un fuerte incremento de sus egresos (110%), atribuido especialmente al alza de los costos de producción, particularmente en lo que respecta a materia prima. (Secretaría Nacional de Economía Popular y Solidaria, 2013).

Llama la atención el comportamiento de las cuentas en el año 1992, en el cual los ingresos y egresos disminuyeron drásticamente respecto al año anterior (-87% y -82%, respectivamente). Según los directivos entrevistados, este año se caracterizó por una coyuntura económica negativa en el sector avícola (volatilidad de los precios de materia prima, el inicio de la erupción del volcán Tungurahua, entre otros), acompañado de un ambiente de crisis de gobernabilidad al interior de la organización.

En aquel año existió una división y oposición de criterios de gestión al interior de los Consejos de Administración y de Vigilancia, cuyo resultado por primera vez en su historia cooperativa fue de una pérdida de 135 mil dólares de la época; equivalente a la cuarta parte de su patrimonio (Secretaría Nacional de Economía Popular y Solidaria, 2013).

En la actualidad el sector avícola de la zona Centro del país disminuyó la producción en un 50%. David Rivera, presidente de la Asociación de Productores Avícolas de Cotaló, en representación de las asociaciones, mencionó que antes se contaba con una producción de 1 millón 200 mil huevos, pero disminuyó a 600 mil unidades diarias. Según cifras de este sector, en el país hay entre 10 y 11 millones de gallinas ponedoras.

De esa cifra, el 55% están ubicadas en la zona central del país y la mayoría en Tungurahua. En esta provincia se producen 222 millones de pollos cada año. Rivera señaló que el Ministerio de Agricultura, Ganadería Acuacultura y Pesca (Magap),

fijaron un costo de 15 dólares para el quintal de maíz, “pero al productor le cuesta entre 18 y 21 dólares, lo que perjudica la producción e impide la comercialización” (Alfaro, 2015, pág. 67).

Los avicultores indicaron que se ha mantenido varios diálogos con la Subsecretaria del Magap, en los que se solicitó la autorización para contar con los permisos de importación de materia prima y no tienen una respuesta favorable. Por este motivo, solicitaron al prefecto de Tungurahua, Fernando Naranjo Lalama, intermedie y gestione ante el Magap y otras entidades gubernamentales la: reducción del costo del maíz, la soya, el transporte, la reducción del impuesto a la salida de capitales, logrando así que el sector sea más competitivo y que su materia prima tenga un costo razonable.

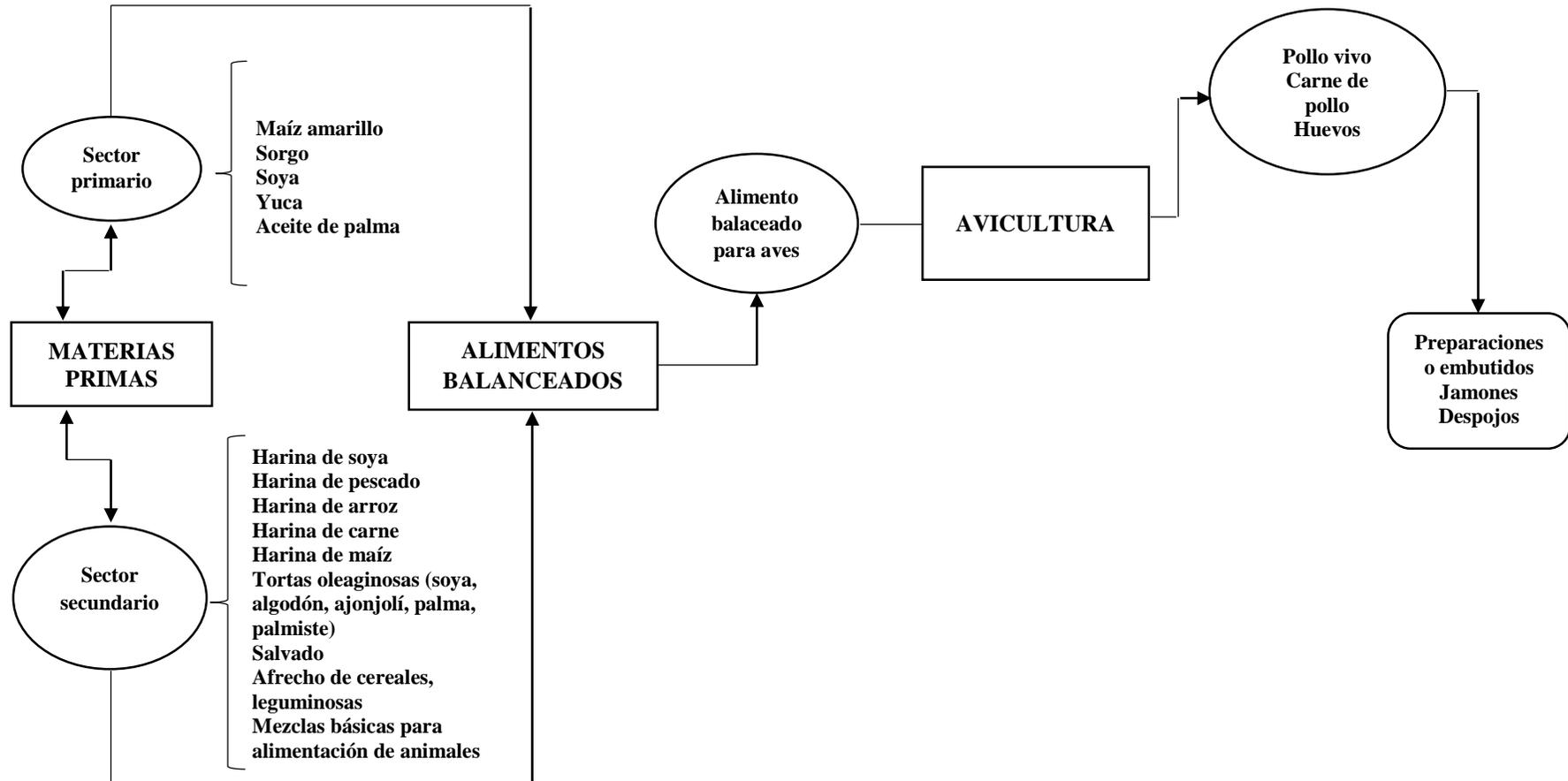
Naranjo (2006) enfatizó en sus mejores deseos de lograr efectivizar las propuestas de la provincia para continuar con el cambio de la matriz productiva, “en la cual el sector avícola es una prioridad dentro de los emprendimientos que genera Tungurahua”, señaló el Prefecto.

Naranjo (2006) dijo que mantuvo varias reuniones de trabajo con el sector avícola, a través de las cuales se analizó la difícil situación por la que están atravesando los productores. El Prefecto comentó que a partir de las propuestas del Nuevo Modelo de Gestión se buscarán los medios y las herramientas adecuadas para apoyar a este sector. En el 2016 se han planteado nuevos retos, en los cuales los emprendimientos de los avicultores se verán fortalecidos para mejorar su economía a través de una comercialización segura.

Naranjo (2006) y sus colaboradores escucharon los planteamientos y necesidades de los avicultores y se comprometieron a llevar adelante un trabajo mancomunado para buscar las mejores alternativas que potencialicen al sector avícola de la zona central del país.

En la reunión con los delegados del sector agrícola participaron también directores de planificación y producción de la institución provincial y técnicos de la Corporación por el desarrollo de Ambato y Tungurahua.

Figura 20. Clúster avícola



Fuente: elaboración propia con aporte de Orellana (2014).

Clúster de cuero y calzado

La descripción del clúster cuero-calzado es a partir de la integración de la cadena de las industrias que tienen que ver entre sí con la provisión de materias primas y otros materiales y componentes necesarios para la producción de calzado. La relación predominante es hacia la curtiduría, aunque las líneas de calzado juveniles y deportivas han estado desplazando la demanda hacia plásticos y sintéticos.

Otras industrias como la textil y la de resinas también tienen relación de proveeduría puntual con la del calzado, pero es difícil asignarle un peso específico a estas interacciones. El resto de las instituciones integrantes del clúster, que puede incluir a Universidades, tecnológicos y agentes de conocimientos, vinculación y apoyos financieros y comerciales, son por lo general instituciones de cobertura nacional o bien otras más específicas a cada lugar (Harvard Business School, 2016).

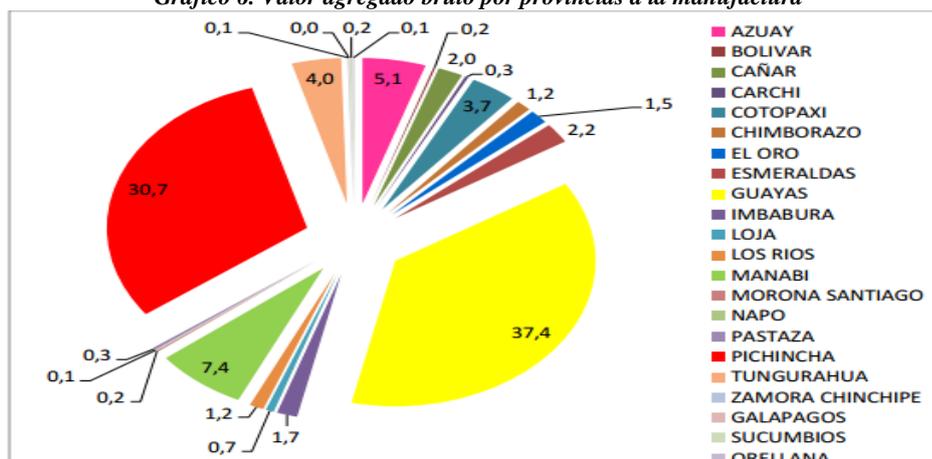
De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el año 2010 se mostraron los siguientes datos, en las actividades de Comercio existen 31.983 establecimientos económicos, de los que el 80% se dedican a la venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados; el 13% a la venta al por menor de textiles, prendas de vestir y calzado en puestos de venta y mercado; y el 7% a otros negocios similares.

Las actividades de Manufactura cuentan con 11.006 establecimientos, de los cuales el 74,2% corresponde a la fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel; el 8,2% a fabricación de artículos confeccionados de materiales textiles, excepto prendas de vestir; el 8,2% a fabricación de calzado y el 9,5% restante a otras actividades de manufactura.

Mientras que en las actividades de servicios se registran 4.054 establecimientos, de los que el 56% se dedican a la reparación de calzado y artículos de cuero, y el 44% restante se dedica al lavado y limpieza de productos textiles y de piel.

Se evidencia entonces que las provincias que más generan un valor agregado bruto en manufactura son Pichincha, Guayas, Azuay, Tungurahua y Cotopaxi (Morales, 2015).

Gráfico 6. Valor agregado bruto por provincias a la manufactura



Fuente: elaboración propia con aporte de Morales (2015).

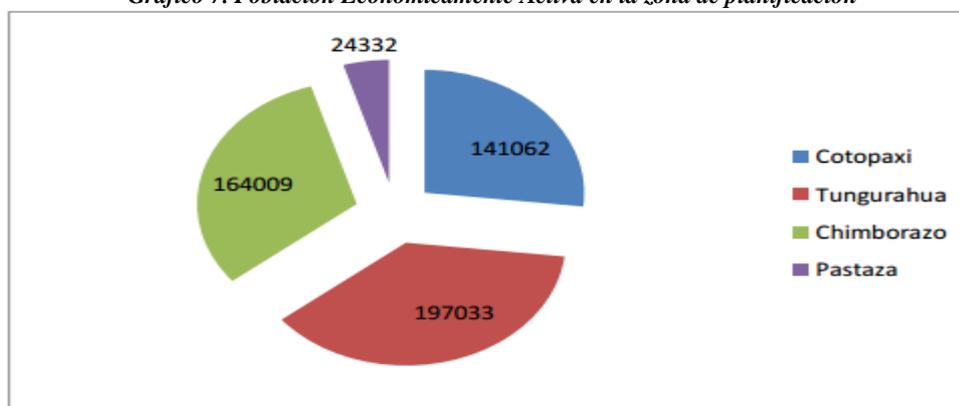
De acuerdo con la base de datos del Servicio de Rentas Internas (SRI, 2013), las empresas dedicadas a la fabricación de calzado de cuero (excepto el ortopédico y de asbesto u otro material textil sin suela aplicada), corresponden a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Actividades Económicas (CIIU152) y son mil trescientos siete (1307) contribuyentes.

Tabla 8. Población Económicamente Activa en la zona de Planificación

Provincia	Total (Habitantes)	PEA (Habitantes)	Porcentaje
	349540	141062	40%
Tungurahua	441034	197033	45%
Chimborazo	403632	164009	41%
Pastaza	61779	24332	39%
Total Zona 3	1255985	526436	41%
Total Nacional	12156985	4585575	38%

Fuente: elaboración propia con aporte de Inec (2010).

Gráfico 7. Población Económicamente Activa en la zona de planificación



Fuente: elaboración propia con aporte de Inec (2010).

La principal actividad de manufactura, es de la industria del cuero, más específicamente “fabricación de calzado de caucho y plástico (excepto el ortopédico y

de asbesto u otro material textil sin suela aplicada)”, actividad con la mayor producción bruta de la provincia, 68,9 millones de dólares, con el mayor consumo de materia prima y materiales la cuarta principal actividad industrial de Tungurahua, es de la rama producciones de cuero, más específicamente “producción de cueros curtidos o adobados vegetal, mineral o químicamente (rusos, tafilete)”; esta actividad es la quinta de la provincia en generación de empleo, 246 personas ocupadas, la sexta en consumo de materia prima y generación de impuesto, 6,11 y 1 millones de dólares respectivamente, la séptima en producción bruta, 9,1 millones de dólares, y también la séptima en sueldos y salarios pagados, 709 mil dólares (Produccion.gob.ec, 2013).

En años anteriores, se presentó datos estadísticos que permitían conocer la capacidad de producción nacional de calzado, siendo este un número de 28 millones de pares durante un año, de ello se estima que un 50% del total de la producción se destina al mercado interno en Ecuador y el otro 50% restante es dedicado a la exportación. La demanda de consumo nacional llegó a ser de 50 millones de dólares en calzado nacional e importado, siendo este un dato enriquecedor para la producción y consumo nacional.

La provincia de Tungurahua abarca la producción del 44% a nivel nacional, esto significa que 44 de cada 100 pares de zapatos elaborados en el país fueron hechos en Tungurahua, en donde existe una amplia gama de productores micro, pequeños y medianos empresarios que mantienen sus talleres y fábricas en parroquias rurales del cantón Ambato como Ambatillo, Atahualpa, Huachi, Izamba, Martínez, Picaihua, Quisapincha y Totoras.

Dado el impulso al sector a través de las salvaguardas arancelarias impuestas por el régimen para la importación del calzado la industria nacional ha debido incrementar su producción en el 40%, porque paralelamente sus ventas crecieron un 30% anual. Según el INEC el consumo per cápita de calzado en Ecuador es de 2,7 pares de zapatos al año, sus precios en el mercado oscilan entre 15 y 70 dólares según la calidad, diseño, procedencia y sitio de comercialización. El sector cuero y calzado ha tenido un despunte importante en este año; sin embargo aún persisten dificultades que desaceleran su crecimiento, la limitación al acceso al crédito por parte de entidades del sistema financiero, el cierre de emisión de cartas de crédito internacional para la importación de maquinarias, insumos y materia prima, la poca variedad de productos

por restricción arancelaria, o la creencia del consumidor nacional que las salvaguardas vuelven a la industria ineficiente, son solo algunos de los argumentos que no permiten un crecimiento sostenido del sector. En el contexto provincial, según el Banco Central del Ecuador (cuentas provinciales) la industria manufacturera (en donde se encuentra el sector cuero y calzado) aporta a la producción total de Tungurahua en un 43%, mientras que el sector representa el 1,09% del Producto Interno Bruto del Ecuador (Camara de industrias de Tungurahua, 2015).

Aumento de productividad

Según la presidenta de la Cámara de Calzado de Tungurahua Lila Villavicencio la política arancelaria permitió que el producto nacional, sobre todo el ambateño, se vuelva más competitivo. Antes, “un zapato chino de \$ 2 no podía competir con uno local que valía \$ 12 y \$ 13, siendo el primero de mala calidad”, (Calzadoecuador, 2014).

La medida también benefició a trabajadores y al propietario de la factoría Guifer, donde el número de fabricación del producto aumentó de 450 a 600 pares por día. En el 2009 la capacidad era la misma pero hacíamos solo 300”, afirma Guido Echeverría, subgerente de la compañía que expende el calzado en almacenes como Etafashion, Megamaxi, Súper Éxito y Comisariato de algunas ciudades del país, en el 2008 cuando no había arancel la industria del país vendió 15 millones de pares de zapatos, pero a fines del año pasado la cantidad subió a 21 millones.

Este rendimiento hizo que el número de productores pase de 600 a 3.000 a nivel nacional y que el sector ofrezca 100 mil puestos de trabajo en toda la cadena productiva (Calzadoecuador, 2014).

Estos avances significativos se dieron tras el año y medio de haber entrado en vigencia la salvaguarda que incrementó el costo de importación. Aunque la desgravación del arancel ha sido paulatina y actualmente se encuentra en \$ 3, la ayuda se extenderá (Calzadoecuador, 2014).

Antes de que el impuesto de importación llegue a cero, desde junio el Gobierno puso a operar de forma paralela el arancel mixto indefinido que gravará con \$ 6 a todo producto que ingrese, más el 10% *advalorem*, con la excepción de países como

Colombia, Chile, Perú, con quienes existen convenios internacionales (Calzadoecuador, 2014).

Tecnología más eficiencia

Echeverría está consciente de que la política gubernamental no es suficiente para el desarrollo de la industria, por ello invirtió cerca de \$ 100 mil en la adquisición de nuevas maquinarias provenientes de Italia y Checoslovaquia. Esto facilitará el trabajo de sus obreros y mejorará la calidad del producto (Calzadoecuador, 2014).

“La meta para este año en Guifer está programada en la elaboración de unos 110 mil pares. El año pasado fue de 95 mil” (Calzadoecuador, 2014).

Su ejemplo es una tendencia en Ambato, seguida por propietarios de pequeñas y grandes fábricas que se innovan con miras a la exportación (Calzadoecuador, 2014).

Artisanos reciben más capacitación

La directora de la Cámara de Industrias de Tungurahua, Neida Vásconez, cuenta que en la institución se trabaja arduamente para lograr la internacionalización de algunos productos, como el calzado.

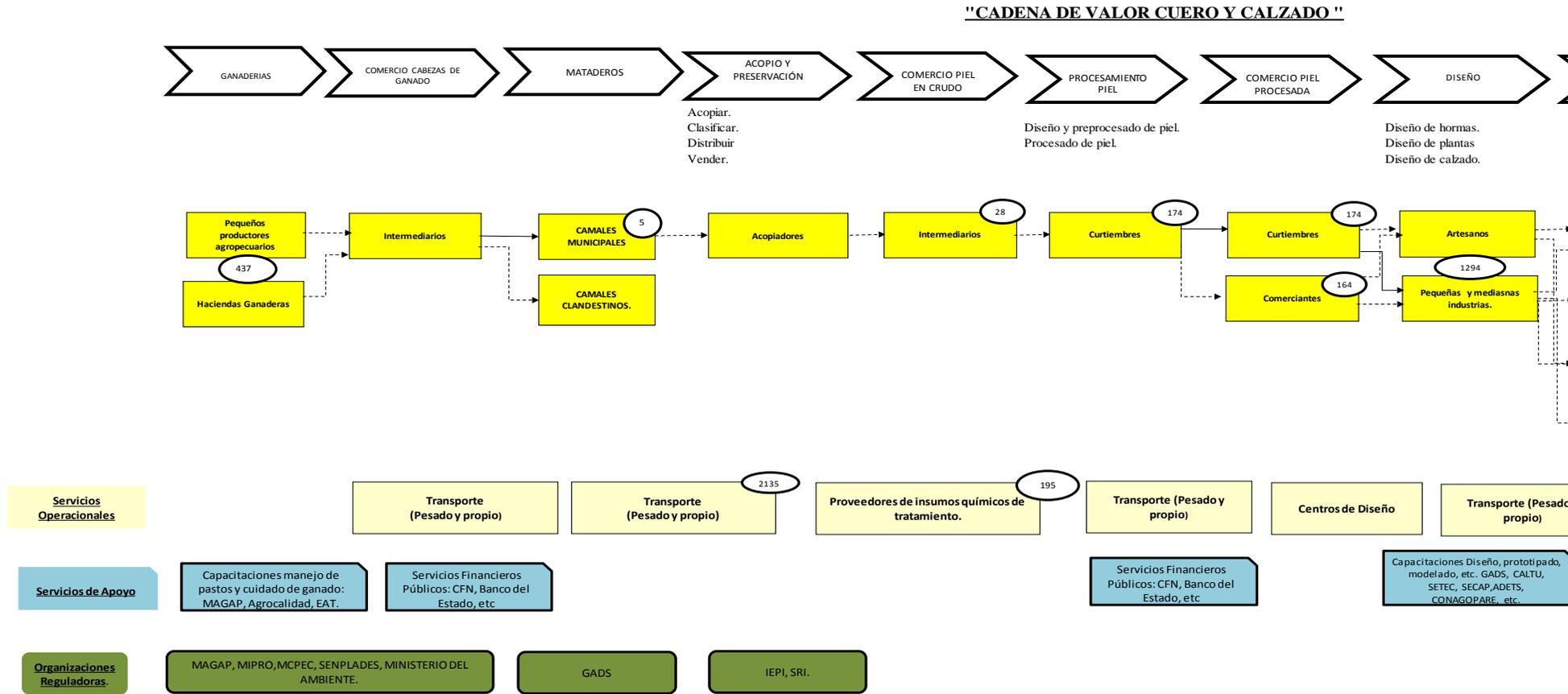
Según Vásconez, (2014) las políticas aplicadas por el Gobierno no serán suficientes para seguir incrementando las ventas si el producto que se ofrece no tiene un valor agregado. Además de tecnología se necesita diseño.

Por ello, varias entidades ofrecen capacitación. “Se está trabajando en un proyecto con el Fondo Ítalo-Ecuatoriano (FIE) para transferir tecnología que permita alcanzar mejores niveles de diseño para competir con el resto” (Amat, 2014, pág. 97).

La ayuda también llega del Ministerio de Industrias y Productividad que incentiva la visita de técnicos de Brasil, para asesorar sobre diseño, marketing y ventas.

“El Consejo Nacional de Formación y Capacitación, destinará cerca de \$ 83 millones para el mismo objetivo”, añade Lilia Villavicencio, presidenta de la Cámara del Calzado (Calzadoecuador, 2014).

Figura 21. Clúster de cuero y calzado



Fuente: elaboración propia con aporte de CorpoAmbato (2017).

Clúster textil Tungurahua

La tercera principal actividad manufacturera de la provincia, es de la rama textil, específicamente “fabricación de prendas de vestir para hombres, mujeres, niños y bebés: ropa exterior, interior, de dormir; ropa de diario y de etiqueta, ropa de trabajo (uniformes) y para practicar deportes (calentadores, buzos de arquero, pantalonetas, etc.)”; esta industria es la tercera de la provincia en generación de empleo, 448 personas ocupadas, la cuarta en sueldos y salarios pagados, 1 millón de dólares, la quinta en generación de impuestos, 1,3 millones de dólares, la sexta industria de la provincia en producción bruta para la venta, 9,8 millones de dólares, y la octava en consumo de materias primas, 5,3 millones de dólares (Camara de Industrias de Tungurahua, 2016).

En el Ecuador, y en Tungurahua especialmente la industria textil y de confecciones, se encuentran reforzadas por toda una infraestructura de empresas proveedoras de insumos y de servicios las que en conjunto conforman todo el “clúster textil y de confecciones”.

Por su parte la industria de la confección se abastece tanto de la importación de tejidos de producción nacional como de textiles importados, Accesorios requeridos en la industria como hilados especiales (hilo de coser), herrajería, cierres y botonería, en un alto porcentaje son de importación aunque existen firmas locales que abastecen dentro de ciertos límites de calidad y surtido (Camara de Industrias de Tungurahua, 2016).

De las 272 empresas textiles registradas en el país, Tungurahua ocupa el segundo lugar con el 19%. Según la Cámara de la Pequeña Industria de Tungurahua (CAPIT), que cuenta con 127 afiliados, de estos 21 son confeccionistas de diversos géneros de vestido; se estima que de este subtotal, solamente un 5% de empresas cuenta con 150 máquinas, un 10% de los afiliados tienen entre 50 y 100 máquinas, un 45% de empresas entre 20 y 50 máquinas y el restante 40% con menos de 20 máquinas (Camara de Industrias de Tungurahua, 2016).

La ventaja competitiva de una región se crea por medio de la capacidad de sus empresas de innovar y mejorar. Este proceso de innovación y mejoramiento continuo

facilita la formación de grupos estratégicos o clúster. En Tungurahua el desarrollo de Clúster ha sido incipiente y hasta el momento no ha logrado constituirse en el modelo, que permita a las cadenas aumentar su productividad, incorporar tecnología a los procesos, o superar la baja calidad de fuerza laboral.

A nivel de la provincia Tungurahua existe una reconocida cantidad de industrias de textiles y confecciones que dinamiza la economía del centro de país y generan empleos, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. No obstante, cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, tanto de prendas de vestir como de manufacturas para el hogar. Un aporte importante para el sector dentro de la provincia es el cantón Pelileo en el que se desarrolla la producción de ropa confeccionada principalmente blue jean's.

En todo el tiempo Tungurahua se ha distinguido en el arte de la confección de prendas de vestir, siendo la mayor parte de confeccionistas nativos de pasa. Esta parroquia hasta hoy, ha sido especialista en la confección de camisas. Camiserías importantes establecidas en Quito y aún en Cali han sido de propiedad de ciudadanos paseños (Beltrán, 2013).

Los avances logrados por el clúster textil y confecciones de Tungurahua durante el período 2010 – 2015 y el análisis de la situación del sector fueron revisados en donde se pudo determinar que aproximadamente 83 empresarios y representantes de asociaciones de confeccionistas de ropa tienen interés en contribuir para el fortalecimiento del sector. Por lo que se diseñarán las estrategias necesarias para brindar el respectivo apoyo y para contar con nuevos retos que fortalezcan al clúster artesanal textil.

El Gobierno Provincial de Tungurahua, en el marco de la Agenda de Competitividad del Parlamento Trabajo, está comprometido a apoyar a los sectores productivos de la provincia, lograr su integración y desarrollo pues el sector de las confecciones ha sido históricamente importante para Tungurahua, debido a que representa más del 5% de los ingresos económicos no tradicionales de la provincia, aparte de que ha crecido a una tasa anual del 3.9%. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2015).

La producción textil de Tungurahua se concentra en Pelileo, Pasa, y Ambato, Mocha y Quero con el 91,5% de las ventas en el 2015, y alcanzando la cifra de US\$ 1.09 millones en el 2015. Por otra parte, Tungurahua se ha convertido en un referente de la industria textil para el país, por la producción de jean's en el cantón Pelileo enfatizando las ventajas de la industria y los avances en materia textil. Actualmente, la cadena productiva del clústeres del sector textil-moda se ha formado con los siguientes eslabones: el primero consiste en la recolección y producción de fibras naturales y químicas.

De las fibras naturales, el algodón es el que más se produce, aunque con la apertura económica se ha aumentado las importaciones reduciendo de esta manera su obtención. La producción de las demás fibras entre las que se encuentran la lana, el lino, el yute, el fique es relativamente inexistente. En cuanto a las fibras sintéticas estas dependen de importaciones de regiones como Estados Unidos, Holanda, Brasil, México, Israel, Asia y la Unión Europea. El segundo eslabón consiste en realizar hilados y tejidos con las fibras para crear confecciones (Cepeda y Villareal, 2007).

Actualmente, la competitividad del clúster textil-moda es de vital importancia para aumentar la productividad, dado que esta le brinda herramientas a las empresas integrantes del clústeres para desarrollar estrategias e innovación de nuevos diseños que corresponden a las investigaciones y necesidades del mercado, de acuerdo a las tendencias de clase mundial, con los cuales aumentar la participación en los mercados nacionales e internacionales.

Para el presente año según reporte del ministerio de comercio industria y turismo se prevé un crecimiento en el sector textil-moda para la provincia de Tungurahua superior al 5%. Lo cual beneficia a este sector; que en los años anteriores habían presentado una caída del 40%, debido a la crisis económica del país y a la dependencia de las importaciones de ciertos productos que son parte de la materia prima para la confección, por lo que existieron desacuerdos. Además, las importaciones del sector decrecieron un 18%, dada la reducción de las compras a países como China y Estados Unidos (Cepeda y Villareal, 2007).

El Clúster textil-moda en Tungurahua (Clústeres de la Moda)

El clúster textil de la provincia de Tungurahua cuenta con más 397 talleres de textiles y tejidos autóctonos, representando el 5.15% de la producción nacional localizados principalmente en Ambato, Mocha, Pelileo, Quero. Se dedican a la elaboración de tapices hechos en telares de pedal, shigras de lana de borrego, ponchos y sombreros de paño (Proecuador.gob.ec., 2016), tiene una gran representatividad en comparación con las demás ciudades del país, en producción, empleo.

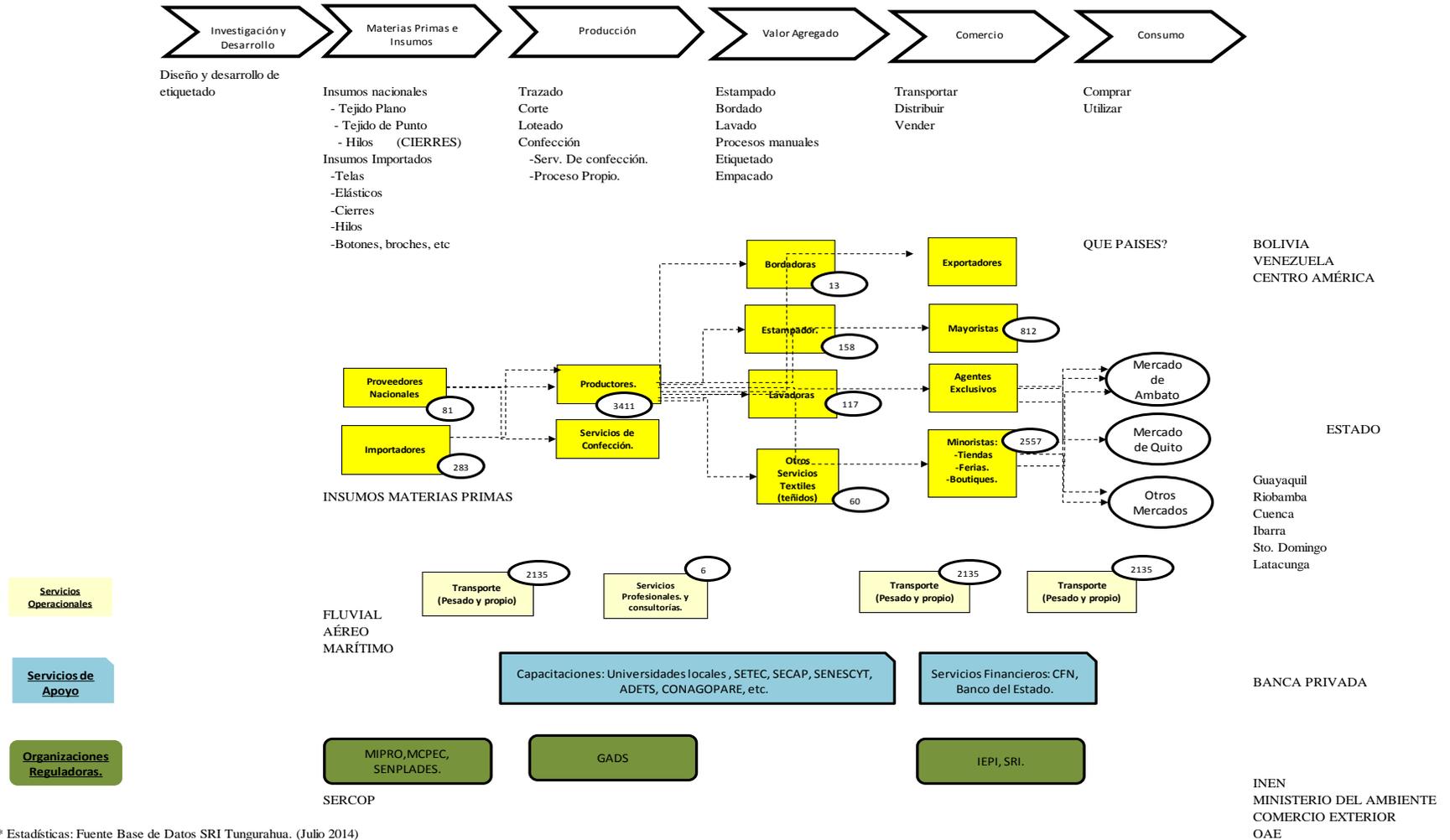
Sin embargo, según el empresario Milton Altamirano, la industria textil Tungurahuense y del Ecuador está en crisis, La razón, la invasión de productos de contrabando y falta de control de las entidades pertinentes provocan que las ventas hayan reducido a la mitad, a esto se suma la devaluación de la moneda en los países vecinos, sobre todo de Colombia. Esto causa que los precios de los artículos en esa nación sean más bajos con relación al Ecuador. No comparte que hayan decidido la ejecución de la canasta fronteriza, porque no favorece en nada a la industria ecuatoriana.

“Lo que a nosotros nos beneficia es el control del contrabando. Este trabajo se debe hacer en los puntos de venta, por ejemplo las autoridades debe ir a las 04:00 horas al Mercado Mayorista de Ambato, donde llega parte del contrabando. En todas las ciudades existen bahías, donde ahí también está parte de la mercadería ilegal” (Amores, 2015, pág. 45).

Sería importante que las autoridades verifiquen facturación, etiquetado y registro de la propiedad intelectual de la marca del producto. “No puedo negar que sí se hace control, pero falta más. Los problemas son de fondo y no de forma” (Amores, 2015, pág. 45).

Ante la actual realidad económica se han reducido en 50% la producción. Eso significa que el despido de personal es en el mismo porcentaje. El empresario ambateño señaló que tras análisis la disminución de la mano de obra en el campo textil oscila entre el 15 y 19%, es decir, el panorama económico y laboral es complicado (Altamirano, 2016).

Figura 22. Clúster textil
CADENA DE VALOR DE CONFECCIONES



* Estadísticas: Fuente Base de Datos SRI Tungurahua. (Julio 2014)

Fuente: elaboración propia con aporte de CorpoAmbato (2017).

4. METODOLOGÍA

4.1. Enfoque de la investigación

El enfoque de la presente investigación es cualitativo.

Cualitativo, porque se analizaron los factores que inciden en la cadena productiva, conociendo cada uno de los conceptos e indicadores dentro de las dimensiones del emprendedor.

La investigación cualitativa en el ámbito productivo comprende un conjunto heterogéneo de técnicas para la obtención de información subjetiva y difícilmente cuantificable.

4.2. Tipos de investigación

4.2.1. Exploratorio

La investigación exploratoria se utiliza cuando se están buscando indicios acerca de la naturaleza general de un problema, las posibles alternativas de decisión, o las variables relevantes e hipótesis a considerar. También es útil para aprender acerca de los problemas prácticos de la ejecución de la investigación (ej.: vocabulario). Las hipótesis de investigación exploratoria son vagas o mal definidas o no existen (Ruiz y Francisco, 2012).

4.2.2. Descriptivo

“Un estudio descriptivo es siempre necesario, aunque no sea más que a título introductorio y ambiental para ulteriores investigaciones. Este tipo de estudios es singularmente interesante y apropiado cuando el investigador aborda un tema poco conocido y estudiado” (Ruiz J. , 2012, pág. 72).

4.3. Modalidades de Investigación

4.3.1. Investigación Bibliográfica

La investigación bibliográfica se la ha venido implementando desde hace ya muchos años atrás, esta herramienta de investigación sirve para ahondar más en algún tema del cual no tengamos claro su concepto o simplemente para entender de mejor manera ese tema.

Este estudio tendrá fundamentación científica, esto es de libros, revistas científicas, artículos científicos, paper etc., ya que esto nos servirá para que el proyecto sea elaborado de la mejor manera.

4.3.2. Investigación de campo

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental (Arias, 2012).

La investigación de campo nos ayudara a conocer más a fondo acerca del tema del cual vamos a investigar, mediante el cual podemos diagnosticar las necesidades y problemas que se presentan en CorpoAmbato S.A, por lo que fue necesario indagar, cuáles han sido los problemas que han incurrido en las cadenas productivas en la provincia de Tungurahua.

La investigación se la realizara mediante una encuesta, la cual nos ayudará a determinar factores sobre el emprendimiento.

4.4. Población y muestra

4.4.1. Población

La población, o en términos más precisos población objetivo, es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las

conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio (Arias, 2012).

Se recolectará información en Bibliografía Documental, ya que esto ayudará a obtener conocimientos acerca del tema a realizarse.

Tabla 9. Población (Representantes de las cadenas productivas)

CATEGORIAS	CASOS
Representantes de las cadenas productivas de Tungurahua	23
TOTAL	23

Fuente: elaboración propia con aporte de GEM Actividad Emprendedora (2015).

Debido a que la muestra es demasiado pequeña es decir inferior a un número de 100 se procede a trabajar con la población total, pues “Si la población es pequeña y se puede acceder a ella sin restricciones, entonces se trabajará con toda la población. Si la población es muy grande o es demasiado costoso trabajar con toda la población, entonces conviene utilizar una muestra” (Silva, 2013, pág. 109).

4.4.2. Recolección de información

La recolección de información se la debe hacer de forma coherente y de manera que con el pasar del tiempo nos permita alcanzar objetivos propuestos.

La encuesta estará aplicada a las personas que gracias al emprendimiento han generado ingresos económicos ya sea género femenino y masculino, de la provincia de Tungurahua.

Se procedió a utilizar información primaria y secundaria.

- Primaria porque fue necesario acudir a donde los emprendedores, para la realización de la investigación.

- Secundaria ya que la búsqueda de datos en libros, revistas científicas y documentos informativos conocimos el término a cerca del emprendimiento, emprendedores y cadenas productivas.

4.4.3. Instrumento de recolección

El instrumento más utilizado por empresas o personas que desean saber ya sea en qué estado se encuentra su organización o simplemente para saber por qué se dedica a cierto emprendimiento, la encuesta es la que se utiliza con mucha frecuencia, en esta presente investigación no será la excepción, ya que es una técnica de bajo costo, de forma sencilla y específica.

4.4.4. Procesamiento de información

El procesamiento de la información consiste en ordenar de forma sistemática todo lo recolectado, para de esta manera tener datos reales y que permitan la consecución de resultados.

Cada una de las preguntas realizadas tendrá su análisis y tabulación de datos a través de gráficos y tablas de frecuencia que lograrán proyectar al lector la información que desea conocer y verificar si los objetivos planteados fueron respondidos.

4.5. Operacionalización de Variables

4.5.1. Variable independiente: Dimensiones del emprendedor

Tabla # 10. Operacionalización dimensiones del emprendedor

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMES	TÉCNICA	INSTRUMENTOS
EL EMPRENDEDOR					
<p>Debe interrelacionar los beneficios y la empresa con la existencia de la incertidumbre. Se considera agente muy dinámico que impulsa el desarrollo y promueve la innovación. El espíritu empresarial es un juicio para analizar los eventos más inciertos, tales como comenzar una nueva empresa, definir un nuevo mercado y quién lo va llevar a cabo. Gestiona la incertidumbre. Capitalista que busca beneficio y no teme asumir riesgos</p>	Criterio	Oportunidad Necesidad	<i>A su criterio ¿Los emprendedores nacen por oportunidad o por necesidad?</i>	Encuesta	Cuestionario
	Análisis	Formal Informal	<i>¿Usted se considera un emprendedor?</i>		
	Éxito	Si No	<i>A su criterio ¿el éxito de un emprendedor está ligado a su formación académica?</i>		
	Importancia	Financiamiento Programas de redes de apoyo Apoyos gubernamentales Asociatividad Asistencia técnica en planes de negocios. Incentivos fiscales Capacitación de emprendimiento	<i>De las siguientes opciones enumere en orden de importancia los siguientes aspectos fundamentales para emprender un negocio (desde 1 hasta 7; siendo 1 Completamente importante, y 7 nada importante)</i>		

Fuente: elaboración propia con aporte de Silva (2015).

4.5.2. Variable independiente: Cadenas productivas

Tabla # 11. Operacionalización cadenas productivas

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMES	TÉCNICA	INSTRUMENTOS
MACRO ENTORNO					
Cadena Productiva se vincula con la relación espontanea entre actores implicados en las relaciones económicas y de provisión de bienes y servicios desde la producción primaria hasta la llegada al consumidor	Empleo	1 Nada satisfactorio 2 Poco satisfactorio 3 Satisfactorio 4 Muy satisfactorio 5 Ampliamente satisfactorio	¿Cómo califica el nivel de empleo generado en las cadenas productivas de Tungurahua?	Encuesta	Cuestionario
	Productividad	1 Nada satisfactorio 2 Poco satisfactorio 3 Satisfactorio 4 Muy satisfactorio 5 Ampliamente satisfactorio	¿Cómo califica la productividad de los emprendimientos que participan en las cadenas productivas en Tungurahua?		
	Política nacional	1 Nada satisfactorio 2 Poco satisfactorio 3 Satisfactorio 4 Muy satisfactorio 5 Ampliamente satisfactorio	¿Cómo califica a la política nacional de apoyo a los emprendimientos que participan en las cadenas productivas?		
	Política local	1 Nada satisfactorio 2 Poco satisfactorio 3 Satisfactorio 4 Muy satisfactorio 5 Ampliamente satisfactorio	¿Cómo califica a la política local de apoyo a los emprendimientos que participan en las cadenas productivas?		
	Incentivos	1 Nada satisfactorio 2 Poco satisfactorio 3 Satisfactorio 4 Muy satisfactorio 5 Ampliamente satisfactorio	¿Cómo califica los incentivos tributarios a los emprendimiento que participan en las cadenas productivas		
		1 Nada satisfactorio			

Cadena Productiva se vincula con la relación espontánea entre actores implicados en las relaciones económicas y de provisión de bienes y servicios desde la producción primaria hasta la llegada al consumidor	Importaciones	2 Poco satisfactorio 3 Satisfactorio 4 Muy satisfactorio 5 Ampliamente satisfactorio	¿Cómo califica las políticas de incentivo a las importaciones?	Encuesta	Cuestionario
	Exportaciones	1 Nada satisfactorio 2 Poco satisfactorio 3 Satisfactorio 4 Muy satisfactorio 5 Ampliamente satisfactorio	¿Cómo califica las políticas de incentivo a las exportaciones?		
	Servicios	1 Nada satisfactorio 2 Poco satisfactorio 3 Satisfactorio 4 Muy satisfactorio 5 Ampliamente satisfactorio	¿Cómo califica los servicios del sector financiero?		
	Infraestructura	1 Nada satisfactorio 2 Poco satisfactorio 3 Satisfactorio 4 Muy satisfactorio 5 Ampliamente satisfactorio	¿Cómo califica la infraestructura vial en el Ecuador?		
	Costos	1 Nada satisfactorio 2 Poco satisfactorio 3 Satisfactorio 4 Muy satisfactorio 5 Ampliamente satisfactorio	¿Cómo califica los costos de energía eléctrica en el Ecuador?		
	Conectividad	1 Nada satisfactorio 2 Poco satisfactorio 3 Satisfactorio 4 Muy satisfactorio 5 Ampliamente satisfactorio	¿Cómo califica los servicios de conectividad en el Ecuador?		
MICRO ENTORNO					
		1 Nada satisfactorio 2 Poco satisfactorio			

Cadena Productiva se vincula con la relación espontanea entre actores implicados en las relaciones económicas y de provisión de bienes y servicios desde la producción primaria hasta la llegada al consumidor	Participación de centros	3 Satisfactorio 4 Muy satisfactorio 5 Ampliamente satisfactorio	¿Cómo califica la participación de los centros de apoyo en las cadenas productivas de Tungurahua?		
	Asociatividad	1 Nada satisfactorio 2 Poco satisfactorio 3 Satisfactorio 4 Muy satisfactorio 5 Ampliamente satisfactorio	¿Cómo califica la asociatividad en las cadenas productivas de Tungurahua?		
	Cooperación	1 Nada satisfactorio 2 Poco satisfactorio 3 Satisfactorio 4 Muy satisfactorio 5 Ampliamente satisfactorio	¿Cómo califica la cooperación en las cadenas productivas de Tungurahua?		
	Nivel de participación	1 Nada satisfactorio 2 Poco satisfactorio 3 Satisfactorio 4 Muy satisfactorio 5 Ampliamente satisfactorio	¿Cómo califica el nivel de participación en las cadenas productivas de Tungurahua?		
	Tecnología	1 Nada satisfactorio 2 Poco satisfactorio 3 Satisfactorio 4 Muy satisfactorio 5 Ampliamente satisfactorio	¿Cómo califica el uso de las tecnologías de información y comunicación en las cadenas productivas?		
	Capacitación	1 Nada satisfactorio 2 Poco satisfactorio 3 Satisfactorio 4 Muy satisfactorio 5 Ampliamente satisfactorio	¿Cómo califica usted los sistemas de capacitación y asistencia por parte del gobierno local?		
		1 Nada satisfactorio 2 Poco satisfactorio 3 Satisfactorio 4 Muy satisfactorio	¿Cómo califica las competencias de los mandos directivos de los		

	Competencias	5 Ampliamente satisfactorio	emprendimientos o empresas que participan en las cadenas productivas?		
	Competencias de mandos	1 Nada satisfactorio 2 Poco satisfactorio 3 Satisfactorio 4 Muy satisfactorio 5 Ampliamente satisfactorio	¿Cómo califica las competencias de los mandos medios de los emprendimientos o empresas que participan en las cadenas productivas?		
	Mano de obra	1 Nada satisfactorio 2 Poco satisfactorio 3 Satisfactorio 4 Muy satisfactorio 5 Ampliamente satisfactorio	¿Cómo califica la mano de obra de los emprendimientos o empresas en las cadenas productivas?		
	Sistemas de distribución	1 Nada satisfactorio 2 Poco satisfactorio 3 Satisfactorio 4 Muy satisfactorio 5 Ampliamente satisfactorio	¿Cómo califica el sistema de distribución en las cadenas productivas de Tungurahua?		
	Sistemas de acopio	1 Nada satisfactorio 2 Poco satisfactorio 3 Satisfactorio 4 Muy satisfactorio 5 Ampliamente satisfactorio	¿Cómo califica el sistema de acopio en las cadenas productivas de Tungurahua?		
	Sistemas de innovación	1 Nada satisfactorio 2 Poco satisfactorio 3 Satisfactorio 4 Muy satisfactorio 5 Ampliamente satisfactorio	¿Cómo califica el sistema de innovación en las cadenas productivas de Tungurahua?		

Fuente: elaboración propia con aporte de Silva (2015).

4.5.3. Plan de recolección de la información

Para la ejecución de la presente investigación, se utiliza las siguientes técnicas investigación e instrumentos para recolectar información.

Tabla 12. Plan de recolección de la información

Técnicas de la información	Instrumentos de recolección de información
1. Información secundaria	
1.1. Lectura científica	1.1.1. Libros de administración 1.1.2. Libros de administración estratégica. 1.1.3. Manual de la constitución 1.1.4. Tesis de grado.
1.2. Fichaje	1.2.1 Fichas bibliográficas 1.2.2 Fichas de información
2. Información primaria	
2.1. Observación	2.1.1. Células de entrevista
2.2. Entrevista	2.2.1 Guión de entrevista
2.3. Encuesta	2.3.1. Cuestionario

Fuente: elaboración propia con aporte de Silva (2015).

4.5.4. Plan de procesamiento de la información

El proceso de la información que se aplicará para llevar a cabo esta investigación es el siguiente:

- Revisión y codificación de la información.
- Se efectuará un reconocimiento crítico de la información recogida, formando recopilaciones de los elementos más importantes afines al tema de estudio.
- Se codificará todas las alternativas de los ítems o preguntas que se aplicarán a los representantes de las cadenas productivas, esto ofrecerá facilidad para el proceso de la tabulación de la información obtenida en el instrumento o cuestionario.
- Categorización de la información.
- La información conseguida se clasificará en conjuntos en los que se podrán identificar y establecer los valores que darán más importancia a las variables de estudio.
- La tabulación de todos los datos se la llevará a cabo manualmente, datos que se registraran en una hoja de cálculo, para tabularlos a través del software SPSS 23.

4.5.5. Análisis de datos

Para el desarrollo del análisis de datos se elegirá el procedimiento estadístico más adecuado tales como aquellos que dependen de parámetros o de valores como la densidad de una variable normal es decir la media y la varianza (paramétricos) ya que estos permiten tener una idea clara de la información.

5. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Para la encuesta se realizó un instrumento o cuestionario con preguntas simples y claras afines a la necesidad de información requerida para cumplir con los objetivos de esta investigación, para dicho estudio estadístico fue necesario usar el programa estadístico IBM SPSS 23 y también de la hoja de cálculo Excel.

5.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

5.1.1. Validación y aplicación del instrumento

Este proceso investigativo se realiza en base a una indagación de las variables cualitativa y cuantitativa para determinar los beneficios de aporte de la variable dimensiones del emprendedor versus las cadenas productivas, además se realizará la respectiva validación de la encuesta y se analizará su fiabilidad, así también se validó su constructo y contenido por medio del método de Cronbach, y finalmente se realizará el análisis e interpretación de todos los resultados.

El cuestionario o instrumento consta de 27 ítems o preguntas mismas que presentan un contenido sencillo y claro por medio de las que se obtendrá la información relacionada con la investigación en curso, para este proceso se necesitará usar el programa de cálculo Excel y el software IBM SPSS 23.

5.1.2. Validez del contenido

Para la validación de la encuesta fue necesario aplicar el método de validación de Cronbach el cual permite comprobar los aspectos elegidos o indicadores que se buscan medir.

Por otro lado se pidió el juicio de especialistas en la investigación para ejecutar esta forma de análisis, usando la población de estudio para establecer una relación con el criterio del especialista.

5.1.3. Validez del constructo

La validación del constructo se basó en el análisis de los aspectos cualitativos de las variables de estudio y así representar circunstancias que se debieron medir por medio de indicadores, de tal forma que se busca establecer el grado en el que dichos indicadores valoran o validan el constructo.

De igual manera se usará en este caso el software profesional, SPSS 23 para evaluar la eficacia del estudio, por otro lado la validez del constructo está relacionada con el método de investigación descriptiva, puesto que se aplicara una encuesta dirigida a 23 personas representantes de las cadenas productivas, con la realización de esta encuesta se podrá evaluar cada una de las respuestas de los encuestados para seguramente realizar el cálculo de varianza.

5.1.4. Tasa de respuesta

Una vez aplicada la encuesta a los representantes de las cadenas productivas de Tungurahua, se pudo determinar que la misma tuvo un tasa de respuesta completamente eficiente puesto que el 100% de los encuestados llenaros dichas encuestas resultando una respuesta efectiva.

5.1.5. Tiempo de ejecución

El proceso de aplicación de la encuesta de forma individual a cada persona tomará un tiempo de 30 minutos siendo este un tiempo apropiado para que el encuestado pueda ser muy objetivo en sus respuestas.

5.1.6. Estructura

La estructura de esta encuesta consta de 27 ítems elaborados con preguntas diferentes entre ellas preguntas cerradas y de opción múltiple, algunas de carácter nominal, otras con escala numérica, además de opciones de valoración con escala de Likert de tipo ordinal.

5.1.7. Variabilidad

La variabilidad se refiere a todo aquello que tiene la posibilidad de cambiar, en general la variabilidad es la facilidad de mutar o que tiene una inconsistencia para continuar haciendo algo que ha sido planificado. Otra forma de utilizar esta palabra es cuando se refiere a las variables de opciones que se pueden dar al momento de tomar una decisión, existiendo un número ilimitado de probabilidades (Medina, 2014); La variabilidad mide el coeficiente de los errores de la expresión o sus residuos.

Por lo tanto es necesario realizar el cálculo de la varianza para medir la variabilidad de los ítems, tal como se expone en la tabla a continuación, donde se puede observar los resultados de las varianzas de cada una de las preguntas y sus medias respectivas de las dos variables de estudio.

Tabla 13. Varianza variables emprendedor y cadenas productivas

Preguntas	Varianza	Media
Ítem nº 1	0.249	1.61
Ítem nº 2	0.237	1.65
Ítem nº 3	0.249	1.61
Ítem nº 4	5.020	3.74
Ítem nº 5	1.534	2.48
Ítem nº 6	2.929	3.26
Ítem nº 7	0.901	2.09
Ítem nº 8	1.783	2.35
Ítem nº 9	1.901	2.09
Ítem nº 10	1.605	2.83
Ítem nº 11	1.794	2.61
Ítem nº 12	1.178	2.22
Ítem nº 13	0.783	3.65
Ítem nº 14	1.292	2.26
Ítem nº 15	2.514	2.83
Ítem nº 16	2.431	2.61
Ítem nº 17	1.423	2.83
Ítem nº 18	1.312	2.30
Ítem nº 19	1.589	3.04
Ítem nº 20	1.522	2.39
Ítem nº 21	1.403	2.30
Ítem nº 22	1.237	2.65
Ítem nº 23	1.625	2.52
Ítem nº 24	1.391	2.87
Ítem nº 25	1.601	2.65
Ítem nº 26	1.241	3.17
Ítem nº 27	1.419	2.65
Suma	39.744	

Fuente: elaboración propia con aporte de IBM SPSS 23

5.1.8. Correlaciones

La Correlación es una técnica estadística usada para determinar la relación entre dos o más variables.

La relación entre la duración de una carrera de distancia y el test del escalón, o la relación entre las características de la personalidad y la participación en deportes de alto riesgo.

La correlación puede ser de al menos dos variables o de una variable dependiente y dos o más variables independientes, denominada correlación múltiple (Ramón, 2014).

5.1.9. Coeficiente de correlación

El Coeficiente de Correlación es un valor cuantitativo de la relación entre dos o más variables.

La coeficiente de correlación puede variar desde -1.00 hasta 1.00.

La correlación de proporcionalidad directa o positiva se establece con los valores +1.00 y de proporcionalidad inversa o negativa, con -1.00.

No existe relación entre las variables cuando el coeficiente es de 0.00 (Ramón, 2014).

A continuación se expone el cuadro de correlaciones de los diferentes ítems cálculo que se realizó con el programa SPSS.

Tabla 14. Correlación de Pearson

	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Ítem 10	Ítem 11	Ítem 12	Ítem 13	Ítem 14	Ítem 15	Ítem 16	Ítem 17	Ítem 18	Ítem 19	Ítem 20	Ítem 21	Ítem 22	Ítem 23	Ítem 24	Ítem 25	Ítem 26	Ítem 27
Ítem 1	1	.911**	1.000**	.880**	.831**	.923**	.843**	.828**	.646**	.822**	.849**	.752**	.707**	.829**	.829**	.846**	.797**	.774**	.751**	.777**	.826**	.890**	.836**	.759**	.855**	.700**	.831**
Ítem 2	.911**	1	.911**	.871**	.816**	.877**	.855**	.754**	.589**	.782**	.827**	.752**	.656**	.828**	.801**	.770**	.830**	.769**	.766**	.767**	.822**	.857**	.818**	.788**	.828**	.703**	.801**
Ítem 3	1.000**	.911**	1	.880**	.831**	.923**	.843**	.828**	.646**	.822**	.849**	.752**	.707**	.829**	.829**	.846**	.797**	.774**	.751**	.777**	.826**	.890**	.836**	.759**	.855**	.700**	.831**
Ítem 4	.880**	.871**	.880**	1	.964**	.955**	.951**	.943**	.876**	.944**	.979**	.922**	.892**	.974**	.972**	.958**	.935**	.953**	.906**	.960**	.973**	.947**	.957**	.915**	.945**	.875**	.952**
Ítem 5	.831**	.816**	.831**	.964**	1	.925**	.930**	.939**	.906**	.925**	.967**	.934**	.906**	.940**	.970**	.925**	.920**	.950**	.889**	.973**	.950**	.918**	.958**	.916**	.952**	.859**	.950**
Ítem 6	.923**	.877**	.923**	.955**	.925**	1	.937**	.893**	.780**	.882**	.919**	.874**	.843**	.921**	.956**	.943**	.869**	.885**	.879**	.897**	.923**	.933**	.893**	.851**	.904**	.833**	.916**
Ítem 7	.843**	.855**	.843**	.951**	.930**	.937**	1	.907**	.827**	.882**	.922**	.951**	.850**	.947**	.947**	.945**	.897**	.936**	.870**	.940**	.946**	.891**	.900**	.863**	.897**	.845**	.912**
Ítem 8	.828**	.754**	.828**	.943**	.939**	.893**	.907**	1	.921**	.924**	.944**	.918**	.915**	.956**	.932**	.964**	.896**	.938**	.855**	.935**	.936**	.881**	.957**	.867**	.936**	.844**	.908**
Ítem 9	.646**	.589**	.646**	.876**	.906**	.780**	.827**	.921**	1	.894**	.905**	.868**	.920**	.884**	.901**	.883**	.866**	.875**	.808**	.914**	.901**	.821**	.878**	.846**	.878**	.818**	.877**
Ítem 10	.822**	.782**	.822**	.944**	.925**	.882**	.882**	.924**	.894**	1	.949**	.888**	.876**	.917**	.912**	.908**	.972**	.915**	.944**	.918**	.915**	.955**	.931**	.958**	.953**	.924**	.952**
Ítem 11	.849**	.827**	.849**	.979**	.967**	.919**	.922**	.944**	.905**	.949**	1	.937**	.877**	.936**	.951**	.924**	.951**	.940**	.899**	.950**	.938**	.942**	.977**	.944**	.962**	.870**	.965**
Ítem 12	.752**	.752**	.752**	.922**	.934**	.874**	.951**	.918**	.868**	.888**	.937**	1	.840**	.910**	.921**	.912**	.908**	.968**	.890**	.952**	.901**	.856**	.933**	.911**	.918**	.870**	.905**
Ítem 13	.707**	.656**	.707**	.892**	.906**	.843**	.850**	.915**	.920**	.876**	.877**	.840**	1	.908**	.927**	.918**	.845**	.872**	.829**	.922**	.930**	.842**	.854**	.826**	.862**	.848**	.872**
Ítem 14	.829**	.828**	.829**	.974**	.940**	.921**	.947**	.956**	.884**	.917**	.936**	.910**	.908**	1	.959**	.958**	.906**	.948**	.880**	.961**	.985**	.902**	.937**	.874**	.919**	.860**	.909**
Ítem 15	.829**	.801**	.829**	.972**	.970**	.956**	.947**	.932**	.901**	.912**	.951**	.921**	.927**	.959**	1	.964**	.897**	.931**	.891**	.966**	.973**	.918**	.924**	.887**	.920**	.867**	.929**
Ítem 16	.846**	.770**	.846**	.958**	.925**	.943**	.945**	.964**	.883**	.908**	.924**	.912**	.918**	.958**	.964**	1	.866**	.935**	.865**	.934**	.953**	.888**	.908**	.836**	.896**	.852**	.902**
Ítem 17	.797**	.830**	.797**	.935**	.920**	.869**	.897**	.896**	.866**	.972**	.951**	.908**	.845**	.906**	.897**	.866**	1	.905**	.942**	.913**	.908**	.946**	.929**	.985**	.952**	.913**	.947**
Ítem 18	.774**	.769**	.774**	.953**	.950**	.885**	.936**	.938**	.875**	.915**	.940**	.968**	.872**	.948**	.931**	.935**	.905**	1	.903**	.973**	.934**	.872**	.945**	.905**	.923**	.883**	.914**
Ítem 19	.751**	.766**	.751**	.906**	.889**	.879**	.870**	.855**	.808**	.944**	.899**	.890**	.829**	.880**	.891**	.865**	.942**	.903**	1	.895**	.874**	.919**	.891**	.952**	.922**	.965**	.919**
Ítem 20	.777**	.767**	.777**	.960**	.973**	.897**	.940**	.935**	.914**	.918**	.950**	.952**	.922**	.961**	.966**	.934**	.913**	.973**	.895**	1	.972**	.899**	.934**	.911**	.936**	.874**	.932**
Ítem 21	.826**	.822**	.826**	.973**	.950**	.923**	.946**	.936**	.901**	.915**	.938**	.901**	.930**	.985**	.973**	.953**	.908**	.934**	.874**	.972**	1	.912**	.914**	.876**	.923**	.854**	.916**
Ítem 22	.890**	.857**	.890**	.947**	.918**	.933**	.891**	.881**	.821**	.955**	.942**	.856**	.842**	.902**	.918**	.888**	.946**	.872**	.919**	.899**	.912**	1	.903**	.934**	.944**	.895**	.968**
Ítem 23	.836**	.818**	.836**	.957**	.958**	.893**	.900**	.957**	.878**	.931**	.977**	.933**	.854**	.937**	.924**	.908**	.929**	.945**	.891**	.934**	.914**	.903**	1	.924**	.963**	.862**	.933**
Ítem 24	.759**	.788**	.759**	.915**	.916**	.851**	.863**	.867**	.846**	.958**	.944**	.911**	.826**	.874**	.887**	.836**	.985**	.905**	.952**	.911**	.876**	.934**	.924**	1	.943**	.917**	.937**
Ítem 25	.855**	.828**	.855**	.945**	.952**	.904**	.897**	.936**	.878**	.953**	.962**	.918**	.862**	.919**	.920**	.896**	.952**	.923**	.922**	.936**	.923**	.944**	.963**	.943**	1	.883**	.941**
Ítem 26	.700**	.703**	.700**	.875**	.859**	.833**	.845**	.844**	.818**	.924**	.870**	.870**	.848**	.860**	.867**	.852**	.913**	.883**	.965**	.874**	.854**	.895**	.862**	.917**	.883**	1	.904**
Ítem 27	.831**	.801**	.831**	.952**	.950**	.916**	.912**	.908**	.877**	.952**	.965**	.905**	.872**	.909**	.929**	.902**	.947**	.914**	.919**	.932**	.916**	.968**	.933**	.937**	.941**	.904**	1

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

Fuente: elaboración propia con aporte de IBM SPSS 23

Los resultados de la correlación muestran en la tabla el aporte que la encuesta brinda tanto en cada una de las preguntas como en su totalidad, pues se puede evidenciar según el software IBM SPSS 23 que la correlación es bastante significativa entre las variables de estudio, puesto que en ninguno de los casos se puede apreciar valores negativos o de cero.

5.2. NIVEL DE FIABILIDAD (Alfa Cronbach)

Se trata de un índice de consistencia interna que toma valores entre 0 y 1 y que sirve para comprobar si el instrumento que se está evaluando recopila información defectuosa y por tanto nos llevaría a conclusiones equivocadas o si se trata de un instrumento fiable que hace mediciones estables y consistentes (Pérez, 2015).

- Alfa es por tanto un coeficiente de correlación al cuadrado que, a grandes rasgos, mide la homogeneidad de las preguntas promediando todas las correlaciones entre todos los ítems para ver que, efectivamente, se parecen.
- Su interpretación será que, cuanto más se acerque el índice al extremo 1, mejor es la fiabilidad, considerando una fiabilidad respetable a partir de 0,80.

La fiabilidad se calcula de dos manera una con la aplicación de la formula respectiva la cual se expone a continuación:

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left(1 - \frac{V_i}{V_t} \right)$$

Donde:

K: El número de ítems

Vi: Sumatoria de Varianzas de los Ítems

Vt: Varianza de la suma de los Ítems

α : Coeficiente de Alfa de Cronbach

Y en el segundo caso como lo es el de este estudio, se procederá a desarrollar el cálculo del nivel de fiabilidad o validación del instrumento del instrumento a través de la ayuda

del software estadístico IBM SPSS 23, por lo cual se expone a continuación los resultados obtenidos en dicho proceso.

Tabla 15. Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	23	46,0
	Excluido ^a	27	54,0
	Total	50	100,0

Fuente: elaboración propia con aporte de IBM SPSS 23

Tabla 16. Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,993	,995	27

Fuente: elaboración propia con aporte de IBM SPSS 23

Tabla 17. Estadísticas de elemento de resumen

	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo / Mínimo	Varianza	N de elementos
Medias de elemento	2,565	1,609	3,739	2,130	2,324	,289	27
Varianzas de elemento	1,562	,237	5,020	4,783	21,167	,867	27

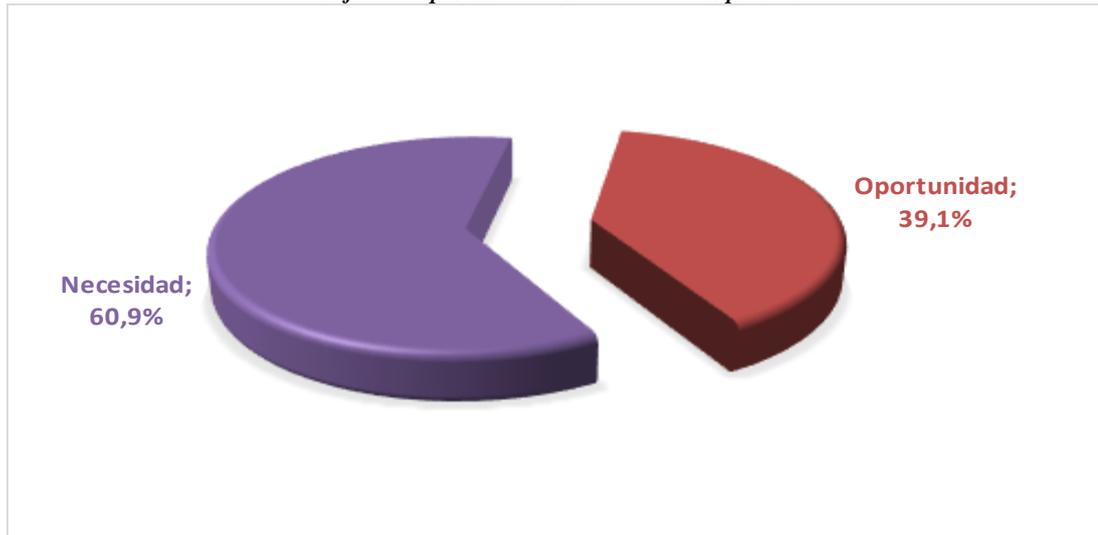
Fuente: elaboración propia con aporte de IBM SPSS 23

Como se puede observar en la tabla anterior se puede establecer con claridad que existe un alto nivel de confiabilidad del instrumento, puesto que de la totalidad de las preguntas utilizadas el 100% tubo una acogida positiva es decir que no presento exclusión en los 27 ítems aplicados a los 23 representantes de las cadenas productivas de Tungurahua, obteniendo un coeficiente alfa Cronbach de 0, 993, valor que representa una valoración que hace que el instrumento sea altamente confiable para dar validez a la investigación.

5.3. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Pregunta N°1.- A su criterio ¿Los emprendedores nacen por oportunidad o por necesidad?

Gráfico 8. Oportunidad o necesidad de emprender



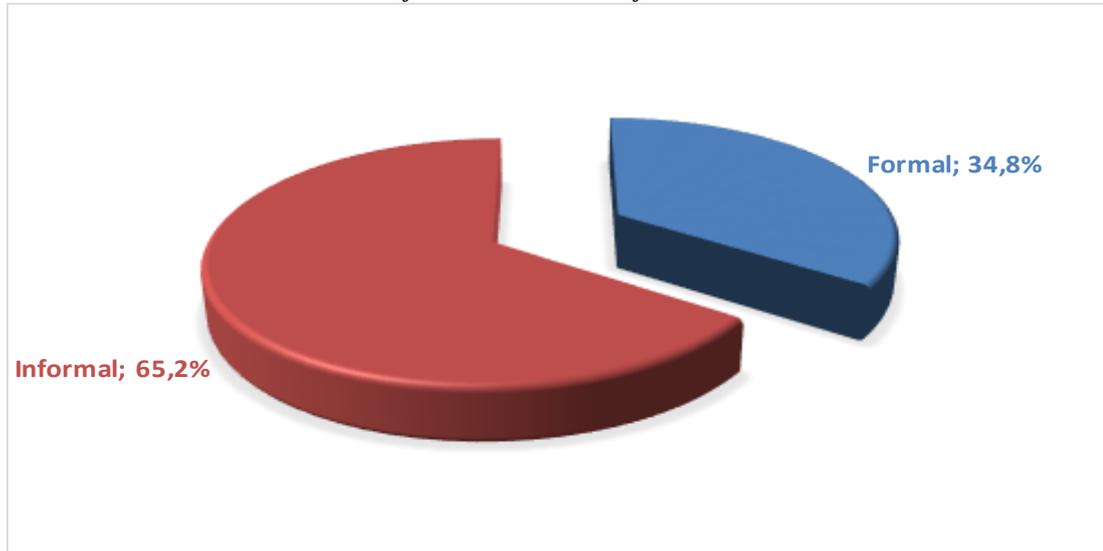
Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas el 60,9% dicen que un emprendedor nace por necesidad mientras que el 39,1% consideran que un emprendedor nace por oportunidad, dejando claro que existen diferentes perspectivas en cuanto al tema, sin embargo la necesidad de subsistencia puede ser uno de los principales motivos por los cuales se nace un emprendedor según el instrumento aplicado.

Pregunta N° 2.- ¿Usted se considera un emprendedor?

Gráfico 9. Formalidad o informalidad



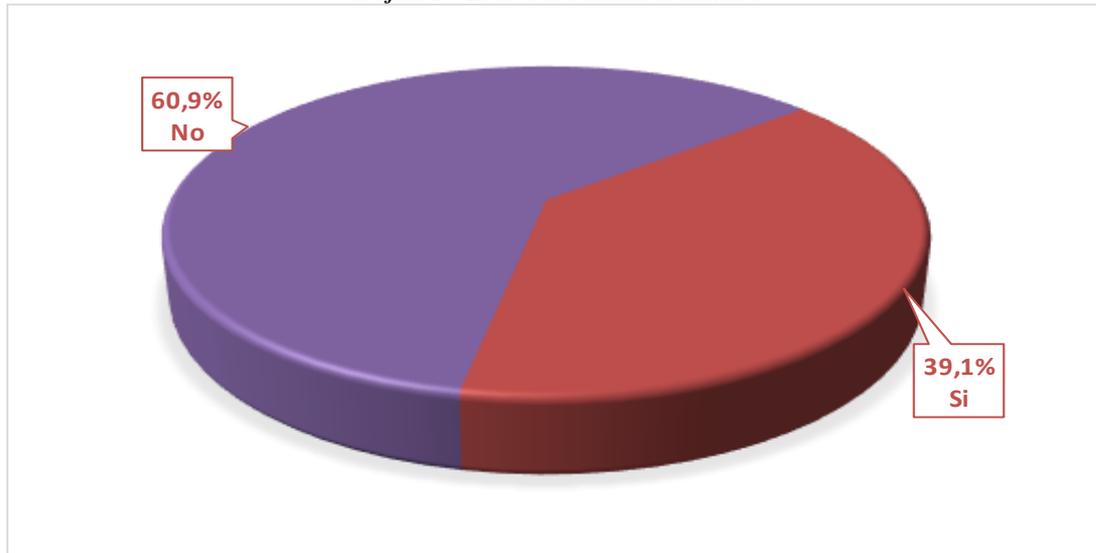
Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas acerca de si se considera un emprendedor formal o informal el 65,2% dicen considerarse emprendedores informales mientras que el 34,8% manifiestan que se consideran emprendedores formales, por lo tanto se evidencia que la realidad del emprendimiento en cuanto a su constitución es la informalidad, es decir que su base legal es empírica o nula, sin embargo existe un índice considerable de emprendedores que cimientan muy bien sus bases de iniciación en el fundamento legal, por lo que es necesario socializar esta buena característica entre todos los actores de las cadenas productivas de Tungurahua.

Pregunta N° 3.- A su criterio ¿el éxito de un emprendedor está ligado a su formación académica?

Gráfico 10. Éxito con relación académica



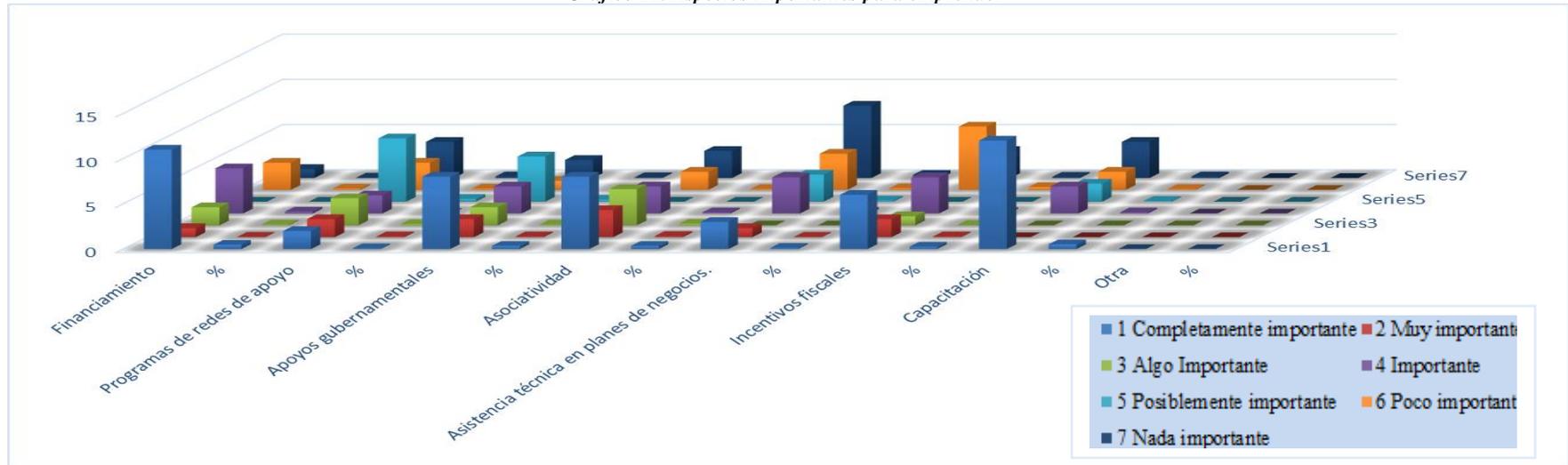
Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas acerca de si el éxito de un emprendimiento se relaciona con la formación académica el 60,9% considera que el éxito de un emprendedor no está ligado a la formación académica mientras que el 39,1% manifiestan que el éxito si tiene relación con la formación académica, de tal forma que aunque es claro que una buena formación académica acentuará las posibilidades de un buen manejo empresarial y de conseguir el éxito del mismo, también es claro según los resultados del instrumento que no necesariamente se necesita un título académico para llegar a tener éxito, pues las posibilidades del mismo están determinadas en las condiciones de manejo del negocio y hasta de la suerte.

Pregunta N° 4.- De las siguientes opciones enumere en orden de importancia los siguientes aspectos fundamentales para emprender un negocio (desde 1 hasta 7; siendo 1 Completamente importante, 7 Nada importante)

Gráfico 11. Aspectos importantes para emprender



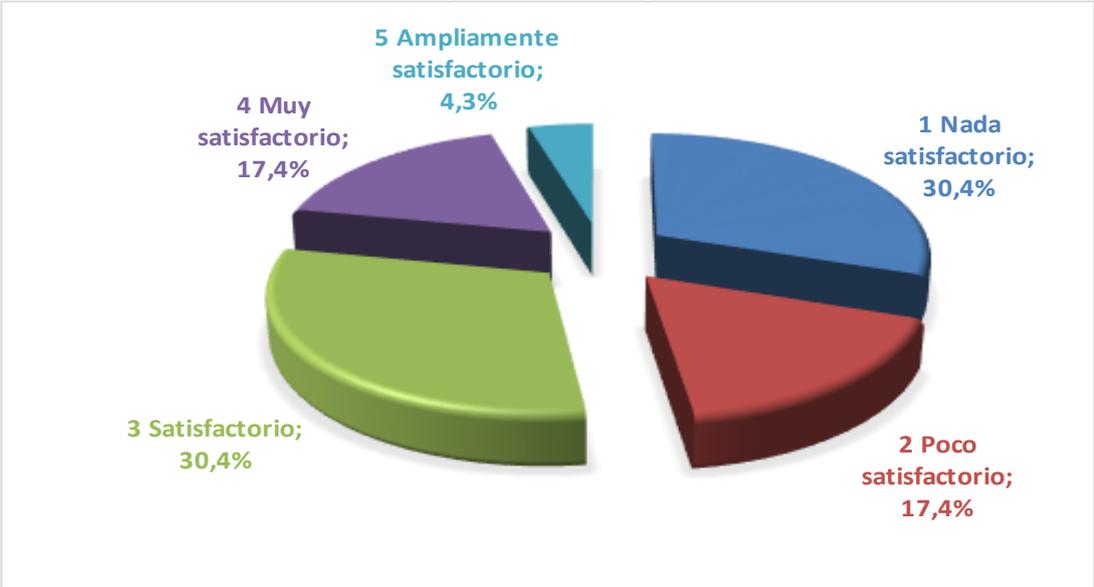
Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas acerca de los aspectos importantes para emprender se puede ver que el 47,8% dicen que es completamente importante el **financiamiento** para emprender mientras que el 52.2% exponen que la **capacitación**; sin embargo existen cifras muy importantes en cuanto a los otros aspectos, pero el financiamiento y la capacitación son las que más resaltan en el instrumento, por lo que se puede decir que la suerte del emprendedor depende de la inversión acompañada de un buen nivel de capacitación para alimentar sus conocimientos empresariales y así poder tomar las decisiones apropiadas para poder sacar adelante su negocio.

Pregunta N°5.- ¿Cómo califica el nivel de empleo generado en las cadenas productivas de Tungurahua?

Gráfico 12. Nivel de empleo



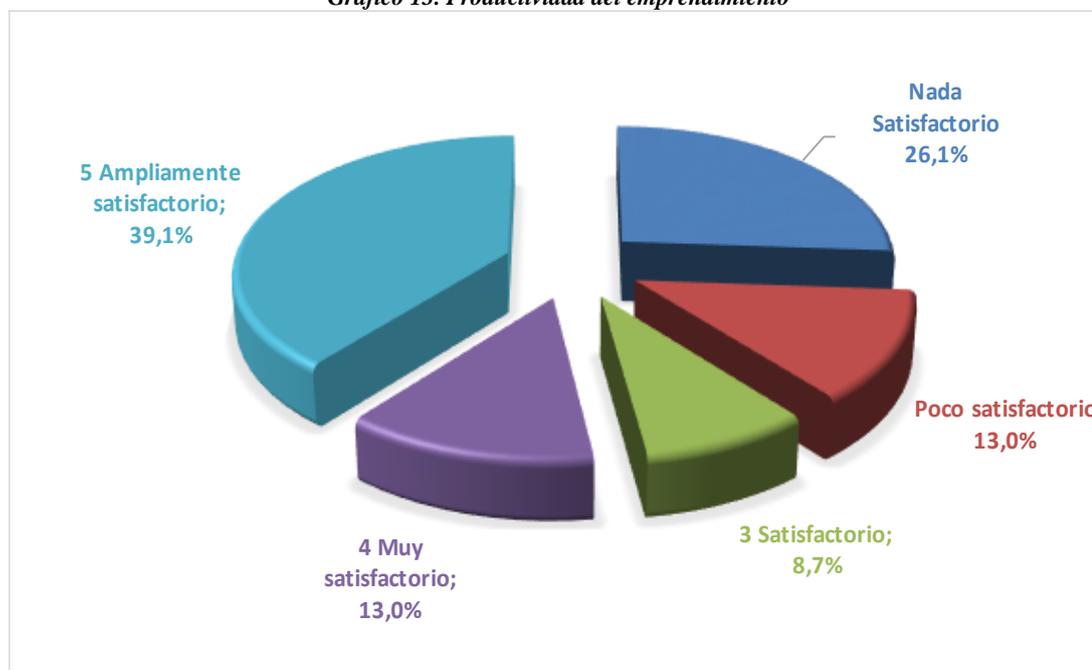
Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas acerca del nivel de empleo generado por las cadenas productivas se puede ver que un 30,4% dicen que es satisfactorio, así mismo otro 30,4% dicen que el nivel de empleo es nada satisfactorio, lo que evidencia que existe una división de opiniones con respecto al tema, sin embargo se ha generado una tasa de empleo considerable, misma que puede mejorarse en base a la aplicación de este estudio.

Pregunta N°. 6.- ¿Cómo califica la productividad y las iniciativas emprendedoras en los emprendimientos que participan en las cadenas productivas en Tungurahua?

Gráfico 13. Productividad del emprendimiento



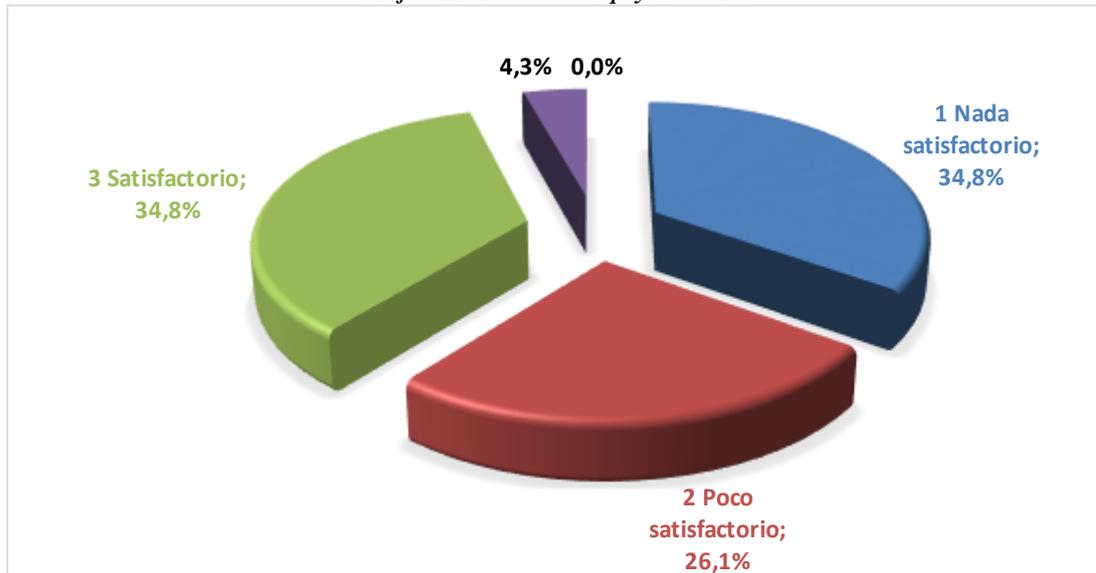
Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas acerca de la productividad e iniciativas emprendedoras en los emprendimientos se puede ver que el 39,1% dicen que es completamente satisfactorio mientras que el 26,1% manifiestan que la productividad y las iniciativas no son nada satisfactorias, sin embargo a pesar de que la aceptación es buena existen cifras negativas que indican que existen inconvenientes que podrían estar relacionados con las iniciativas emprendedoras debido a la informalidad de los emprendimientos.

Pregunta N° 7.- ¿Cómo califica a la política nacional de apoyo a los emprendimientos que participan en las cadenas productivas?

Gráfico 14. Políticas de apoyo nacional



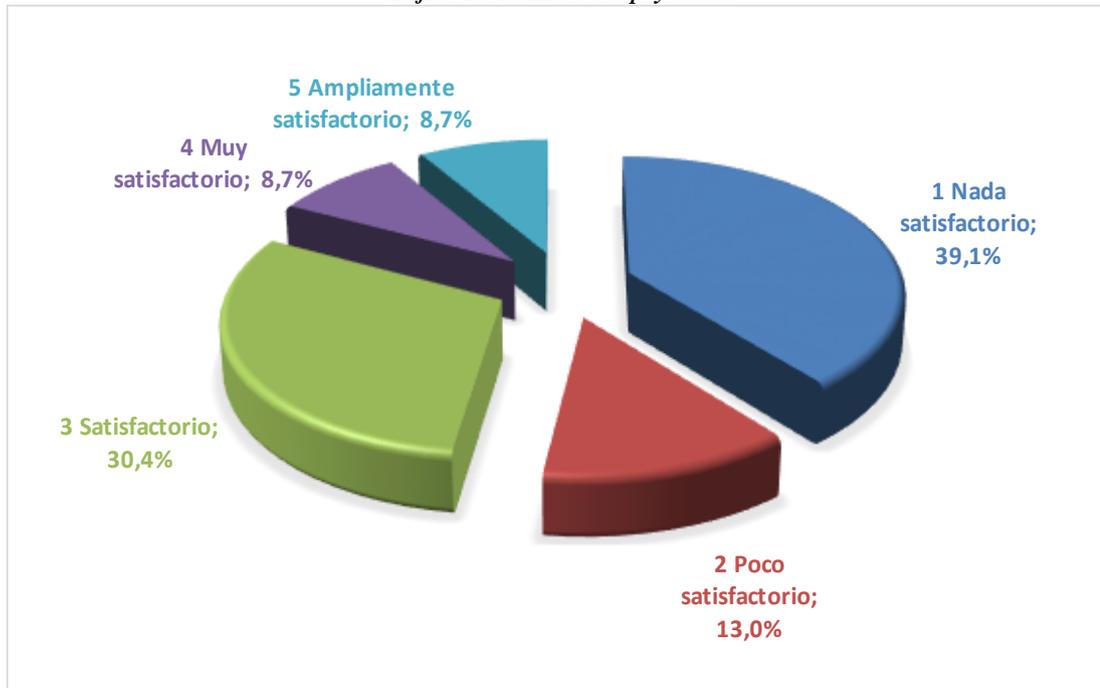
Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas acerca de las políticas de apoyo nacionales el 34,8% dicen que estas son satisfactorias, mientras que otro 34,8% manifiestan que no son nada satisfactorias, sin embargo existe una cifra importante del 26,1% con tendencia negativa, lo que quiere decir según los resultados del instrumento, que las políticas nacionales de apoyo no son suficientes para el sector de los clústeres en estudio, situación por la podría existir un estancamiento de desarrollo interno en las cadenas productivas de Tungurahua.

Pregunta N° 8.- ¿Cómo califica a la política local de apoyo a los emprendimientos que participan en las cadenas productivas?

Gráfico 15. Políticas de apoyo local



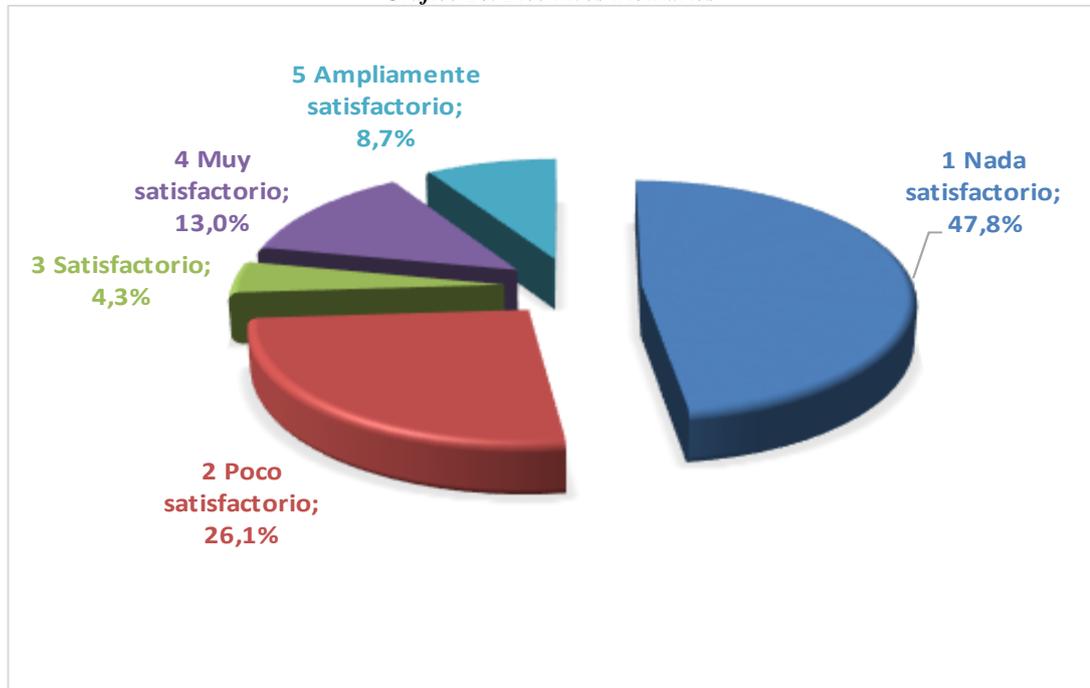
Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas acerca de las políticas de apoyo locales el 30,4% dicen que son satisfactorias, mientras que el 39,1% manifiestan que no son nada satisfactorias, sin embargo existe una cifra importante del 13,0% con tendencia negativa, lo que quiere decir según los resultados del instrumento, que las políticas locales de apoyo no son suficientes para el sector de los clústeres en estudio, situación por la podría existir un estancamiento de desarrollo interno en las cadenas productivas de Tungurahua.

Pregunta N° 9.- ¿Cómo califica los incentivos tributarios a los emprendimiento que participan en las cadenas productivas?

Gráfico 16. Incentivos tributarios



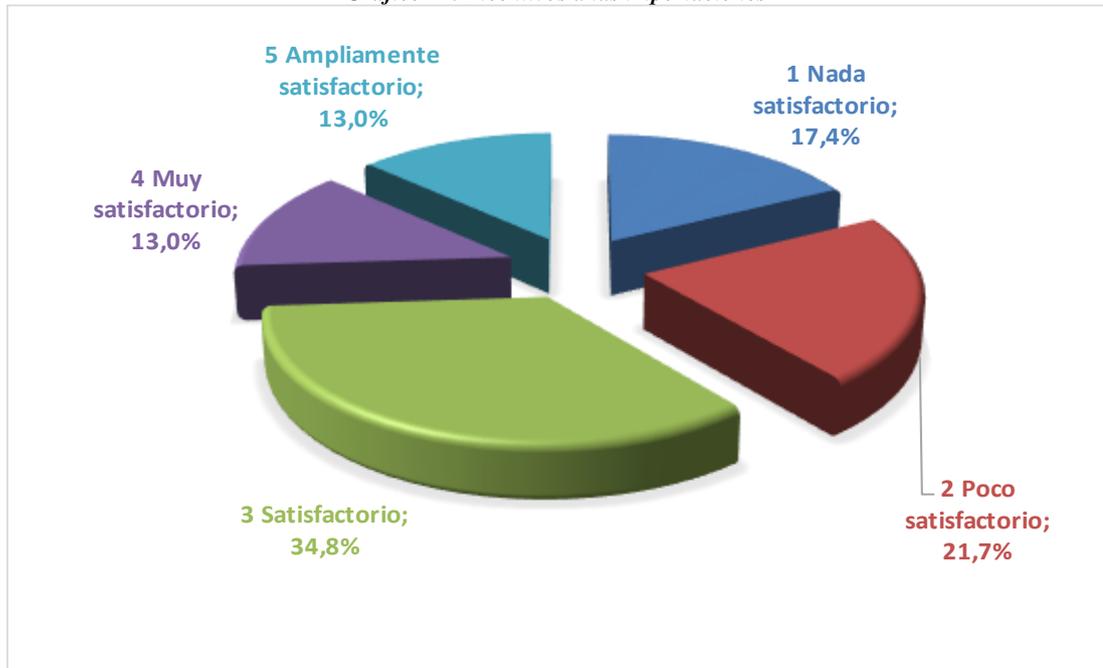
Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas acerca de los incentivos tributarios, el 47,8% dicen que son satisfactorios, mientras que el 26,1% manifiestan que son poco satisfactorios, pero existen cifras que sumadas aportan positivamente con un 26,0%, sin embargo las cifras negativas son muy importantes en comparación por lo que se puede decir que los incentivos tributarios relativamente no son atractivos, lo cual podría estar generando los altos índices de informalidad emprendedora.

Pregunta N° 10.- ¿Cómo califica las políticas de incentivo a las importaciones?

Gráfico 17. Incentivos a las importaciones



Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas acerca de los incentivos a las importaciones, el 34,8% dicen que son satisfactorios, mientras que el 21,7% manifiestan que son poco satisfactorios, pero existen cifras que sumadas aportan positivamente con un 26,0%, esto demuestra que más de la mitad de los encuestados piensan que existen incentivos tributarios atractivos para las cadenas productivas, por lo que hay que trabajar en el planteamiento de objetivos que encaminen a alcanzar las relaciones comerciales internacionales en beneficio de todos los actores de los clústeres en estudio de la provincia de Tungurahua.

Pregunta N° 11.- ¿Cómo califica las políticas de incentivo a las exportaciones?

Gráfico 18. Incentivo a las exportaciones



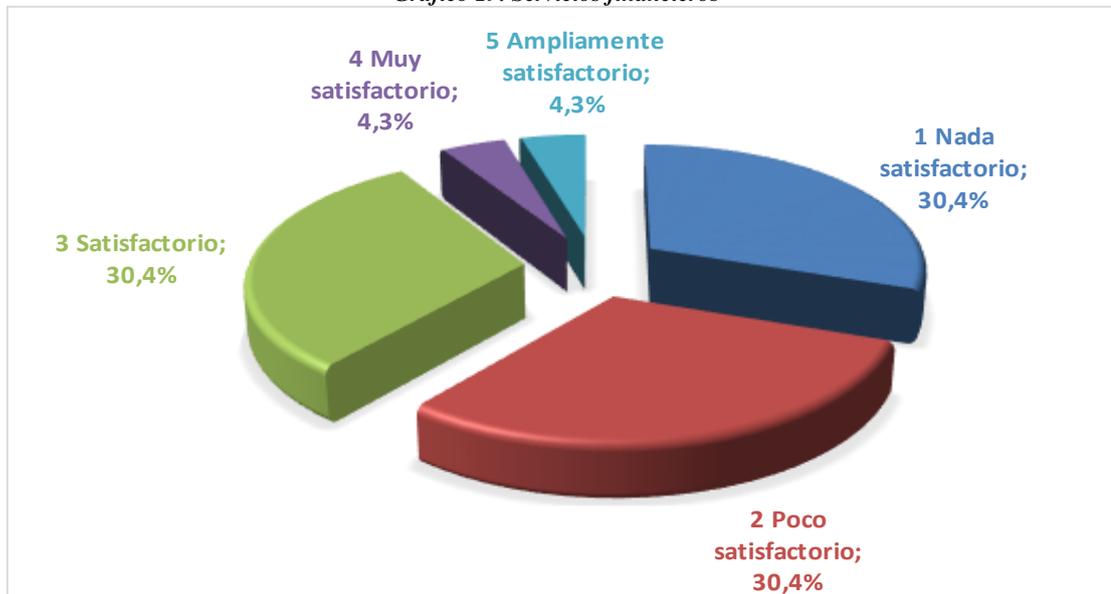
Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas acerca de los incentivos a las exportaciones, el 30,4% dicen que son satisfactorios, mientras que otro 30,4% manifiestan que son nada satisfactorios, pero existen cifras que sumadas aportan positivamente con un 26,1%, esto demuestra que más de la mitad de los encuestados piensan que existen incentivos tributarios atractivos para las cadenas productivas, por lo que hay que trabajar en el planteamiento de objetivos que encaminen a alcanzar las relaciones comerciales internacionales en beneficio de todos los actores de los clústeres en estudio de la provincia de Tungurahua.

Pregunta N° 12.- ¿Cómo califica los servicios del sector financiero?

Gráfico 19. Servicios financieros



Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas acerca de los servicios financieros, el 30,4% dicen que son satisfactorios, mientras que otro 30,4% manifiestan que son nada satisfactorios, así mismo un 30,4% exponen que son nada satisfactorios, sin embargo a pesar de existir cifras que aportan positivamente, no superan al más de 60,0% de insatisfacción de los servicios ofrecidos por las entidades financieras, por lo que se puede evidenciar que las cadenas productivas pueden estar enfrentando problemas financieros debido a este limitante, lo cual genera inestabilidad en las bases comerciales de los clústeres de la provincia de Tungurahua.

Pregunta N° 13.- ¿Cómo califica la infraestructura vial en el Ecuador?

Gráfico 20. Infraestructura vial del Ecuador



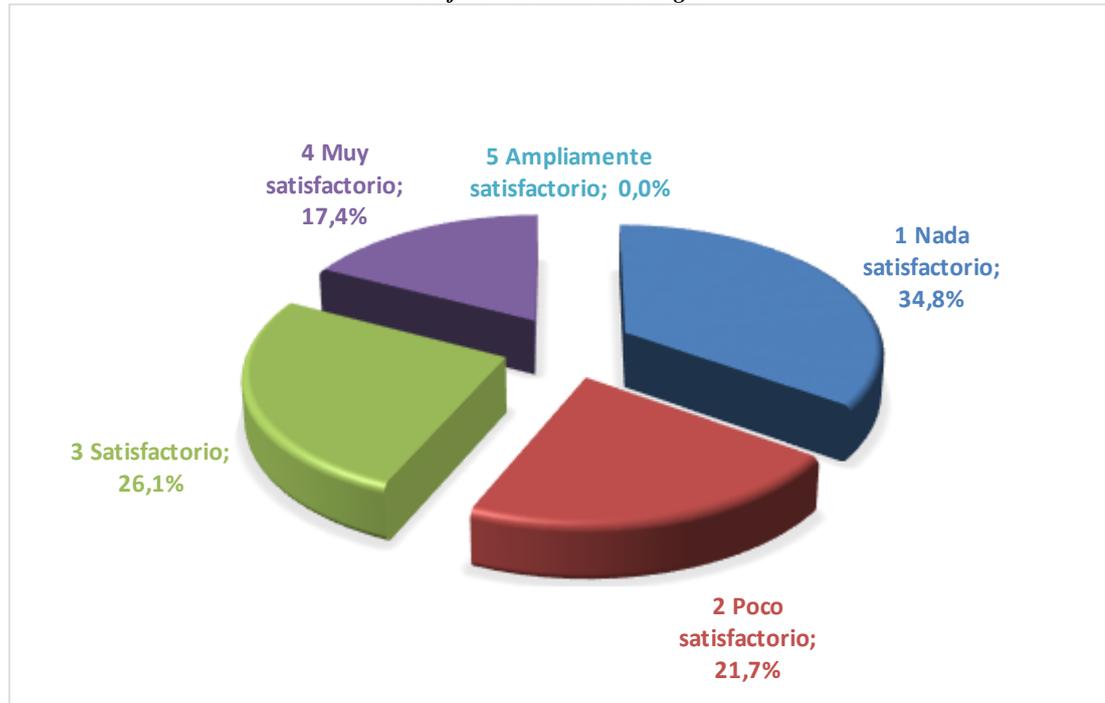
Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas acerca de la infraestructura vial de Ecuador, el 47,8% dicen que es satisfactoria, mientras que un 26,1% manifiestan que es muy satisfactorio y un 21,7% proponen que es ampliamente satisfactoria, como se puede apreciar un alto porcentaje que supera más del 90,0% de los encuestados afirman que la infraestructura vial del Ecuador está en excelente estado, por lo que se debe aprovechar dicha condición vial para promover el desarrollo de las cadenas productivas, todos su actores independientemente.

Pregunta N° 14.- ¿Cómo califica los costos de energía eléctrica en el Ecuador?

Gráfico 21. Costos de energía



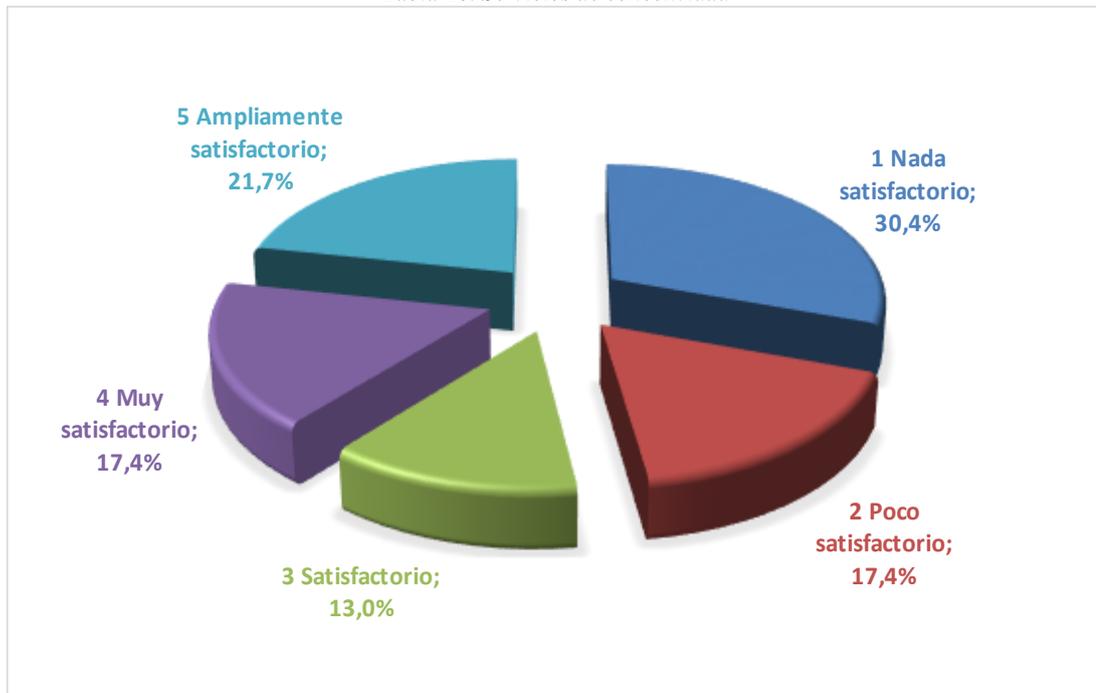
Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas acerca del costo de la energía eléctrica en el Ecuador, el 34,8% dicen que es nada satisfactorio, mientras que un 26,1% manifiestan que es satisfactorio, además se puede ver que un 21,7% adicional tienen una opinión con tendencia negativa, lo que deja claro que un alto índice de personas consideran que los costos de energía eléctrica en el Ecuador no satisfacen las expectativas de los mismos, situación que de cierta manera estaría afectando directamente a los actores de las cadenas productivas en vista de que los valores de pago son de cierta forma muy altos.

Pregunta N° 15.- ¿Cómo califica los servicios de conectividad en el Ecuador?

Tabla 18. Servicios de conectividad



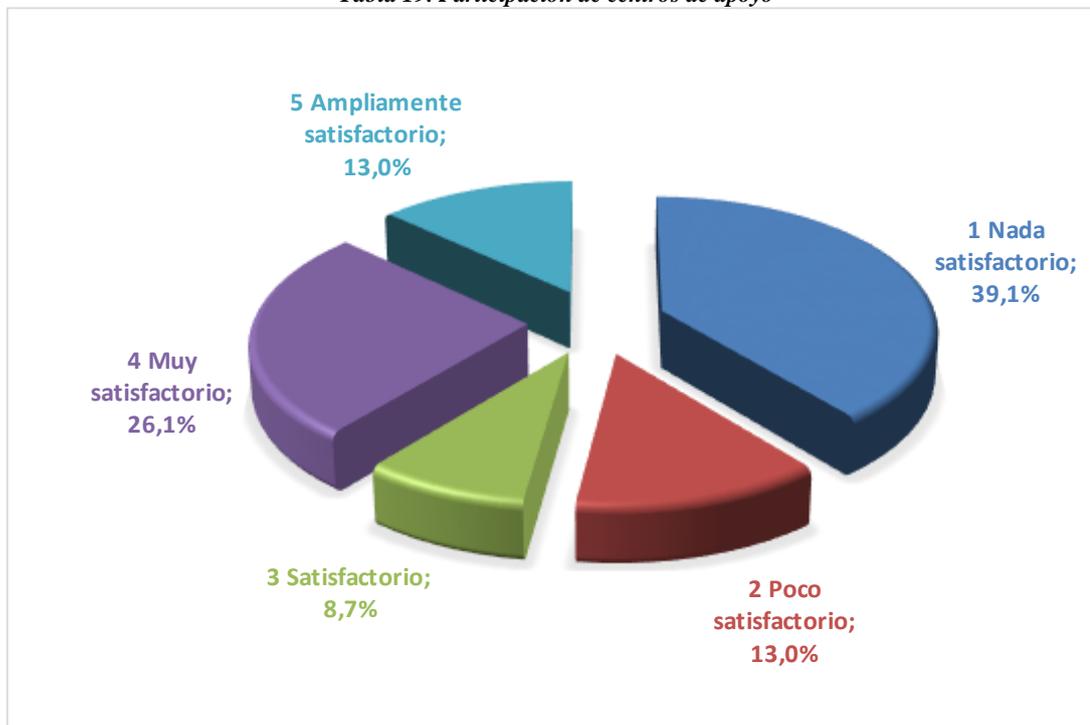
Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas acerca de los servicios de conectividad en el Ecuador, el 30,4% dicen que es nada satisfactorio, mientras que un 21,7% manifiestan que es ampliamente, sin embargo existen valores con tendencias positivas que hacen sobrepasa el 50,0% de personas que muestran satisfacción con la conectividad del Ecuador lo que quiere decir que las cadenas productivas deben aprovechar el servicio de conectividad tecnológica del país, con el fin de lograr relacionarse con los demás clústeres de la provincia y del país, generando relaciones estratégica que beneficien a las cadenas productivas en su desarrollo comercial.

Pregunta N° 16.- ¿Cómo califica la participación de los centros de apoyo en las cadenas productivas de Tungurahua?

Tabla 19. Participación de centros de apoyo



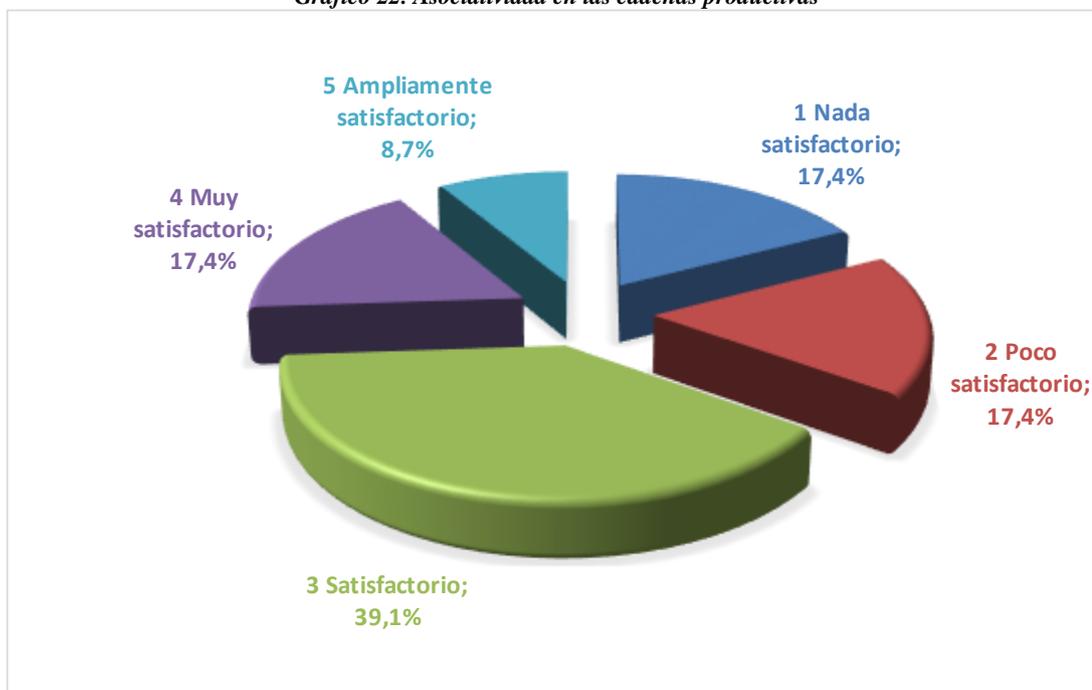
Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas acerca de los servicios de conectividad en el Ecuador, el 39,1% dicen que la participación es nada satisfactoria, mientras que un 26,1% manifiestan que la participación es muy satisfactoria, sin embargo las tendencias negativas superan el 50,0%, por lo que los encuestados exponen que la participación de los diferentes centros de apoyo no prestan el soporte apropiado generando malestar entre los actores de las cadenas productivas de Tungurahua.

Pregunta N° 17.- ¿Cómo califica la asociatividad en las cadenas productivas de Tungurahua?

Gráfico 22. Asociatividad en las cadenas productivas



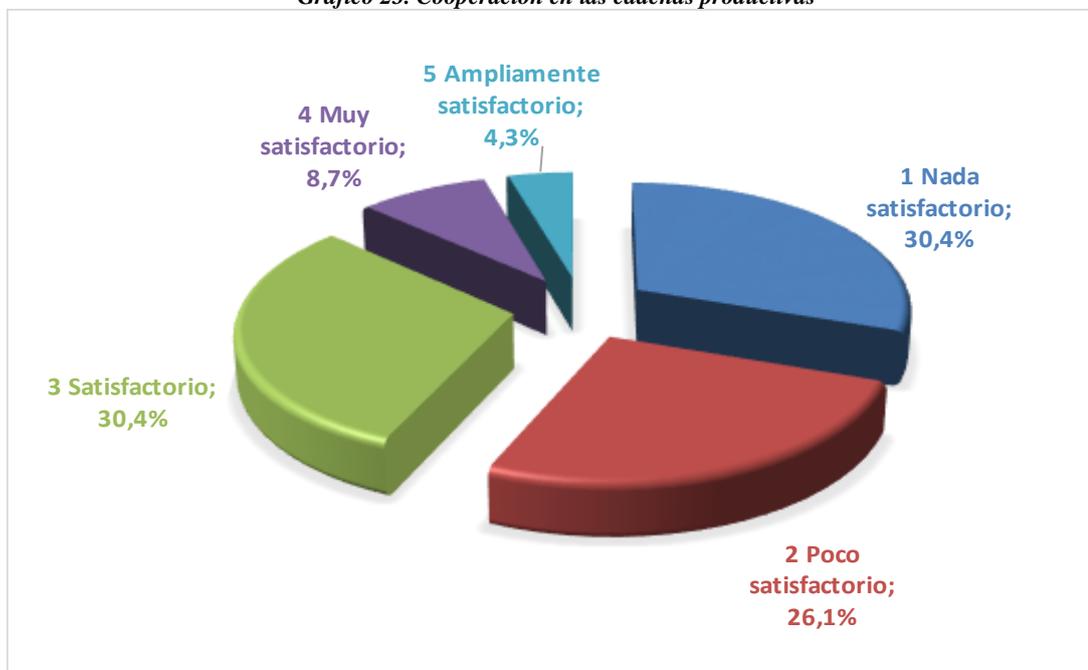
Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas acerca de la asociatividad de las cadenas productivas, el 39,1% dicen que es satisfactoria, mientras que un 17,4% dicen que es muy satisfactorio, notando también que un 8,7% manifiestan que la asociatividad es ampliamente satisfactoria, por lo tanto las tendencias positivas superan el 60,0%, lo que quiere decir que las cadenas productivas mantienen un sistema de asociación muy bueno lo que muestra un buen ambiente laboral y sobre todo una característica que beneficia sobre manera a los actores de los clústeres de Tungurahua.

Pregunta N° 18.- ¿Cómo califica la cooperación en las cadenas productivas de Tungurahua?

Gráfico 23. Cooperación en las cadenas productivas



Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas acerca de la cooperación en las cadenas productivas, el 30,4% dicen que es satisfactoria, mientras que un 30,4% manifiestan que la cooperación es nada satisfactoria, sin embargo un 26,1% incrementan las tendencias negativas superando el 50,0%, lo que quiere decir que la cooperación en las cadenas productivas no cumple con las expectativas de los actores, esto deja claro que en las mismas a pesar de mantener un sistema interno estable, hace falta trabajar en la motivación de sus actores en cuanto a cooperación se refiere.

Pregunta N° 19.- ¿Cómo califica el nivel de participación en las cadenas productivas de Tungurahua?

Gráfico 24. Nivel de participación en las cadenas productivas



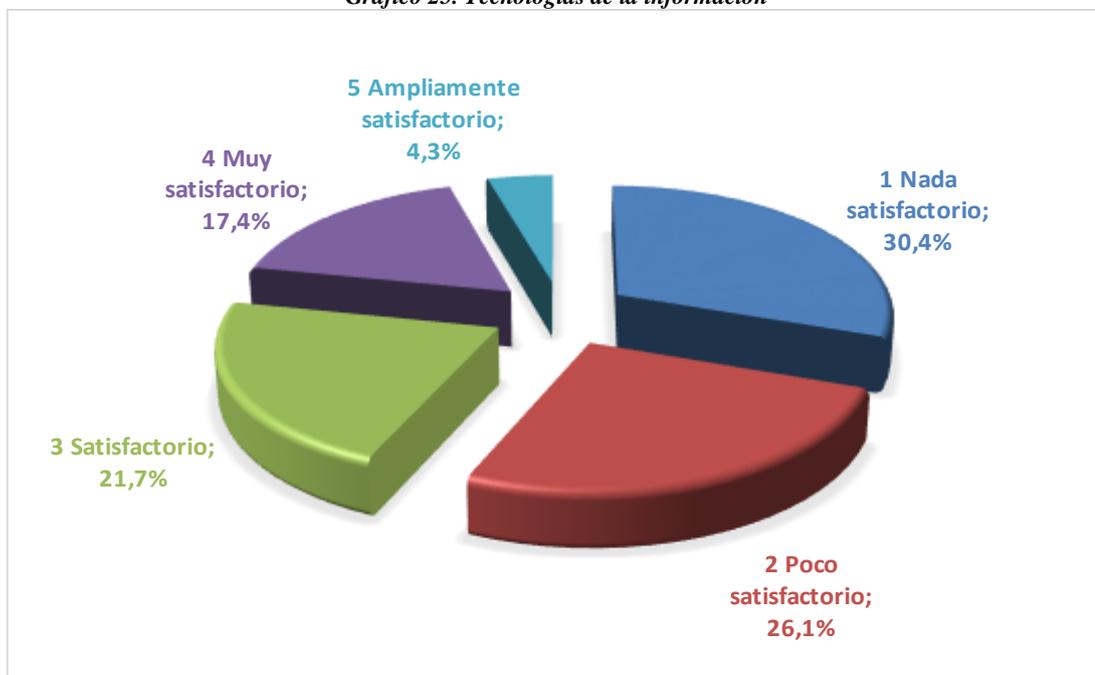
Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas acerca de la participación de las cadenas productivas, el 39,1% dicen que es satisfactoria, mientras que un 21,7% manifiestan que la participación es muy satisfactoria, además un 13,0% dicen que la participación es ampliamente satisfactoria, esto quiere decir que más del 70,0% de los encuestas consideran que las cadenas productivas tienen una muy buena participación en el medio comercial, por lo que se debe trabajar para robustecer esta fortaleza que sin dudas beneficia a cada uno de los actores de los clústeres.

Pregunta N° 20.- ¿Cómo califica el uso de las tecnologías de información y comunicación en las cadenas productivas?

Gráfico 25. Tecnologías de la información



Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas acerca de las tecnologías de información y comunicación de las cadenas productivas, el 30,4% dicen que es nada satisfactoria, mientras que un 26,1% manifiestan que las tecnologías de información y comunicación es poco satisfactoria, lo cual muestra un panorama no muy alentador en cuanto este tema, sin embargo los valores de tendencia positiva muestran un total de un 43,0%, valor que no es nada insignificante, por lo que se puede evidenciar que las tecnologías de comunicación están en un nivel con tendencia a la baja pero que puede mejorarse para beneficio de los actores de las cadenas productivas.

Pregunta N°.21.- ¿Cómo califica usted los sistemas de capacitación y asistencia por parte del gobierno local?

Gráfico 26. Sistemas de capacitación y asistencia



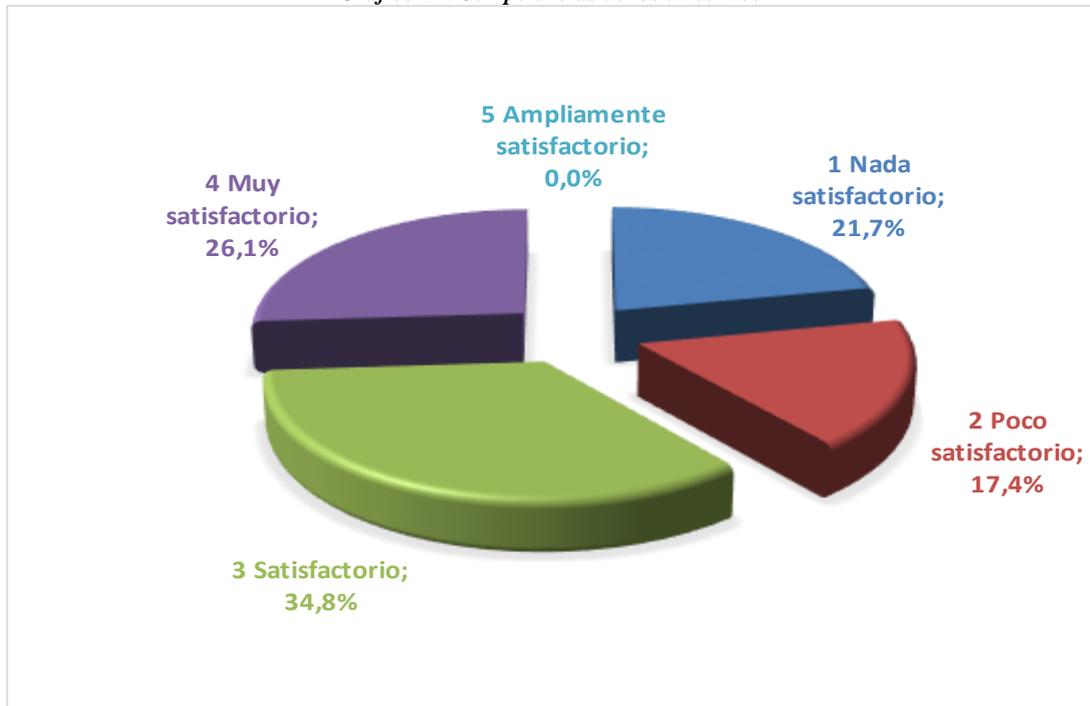
Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas acerca de los sistemas de capacitación y asistencia por parte del gobierno local, el 34,8% dicen que son nada satisfactorios, mientras que un 21,7% manifiestan que son poco satisfactorios, lo cual muestra que según los encuestados el gobierno local mantiene un sistema de capacitación no muy eficiente, sin embargo los valores de tendencia positiva muestran un total de un 43,4%, valor que muestra una opinión diferente pero a favor, por lo tanto es necesario que los clústeres deben buscar el llamar la atención del gobierno local con el fin de que este se preocupe por mejorar dichos sistemas en beneficio de los actores de las cadenas productivas de Tungurahua.

Pregunta N° 22.- ¿Cómo califica las competencias de los mandos directivos de los emprendimientos o empresas que participan en las cadenas productivas?

Gráfico 27. Competencias de los directivos



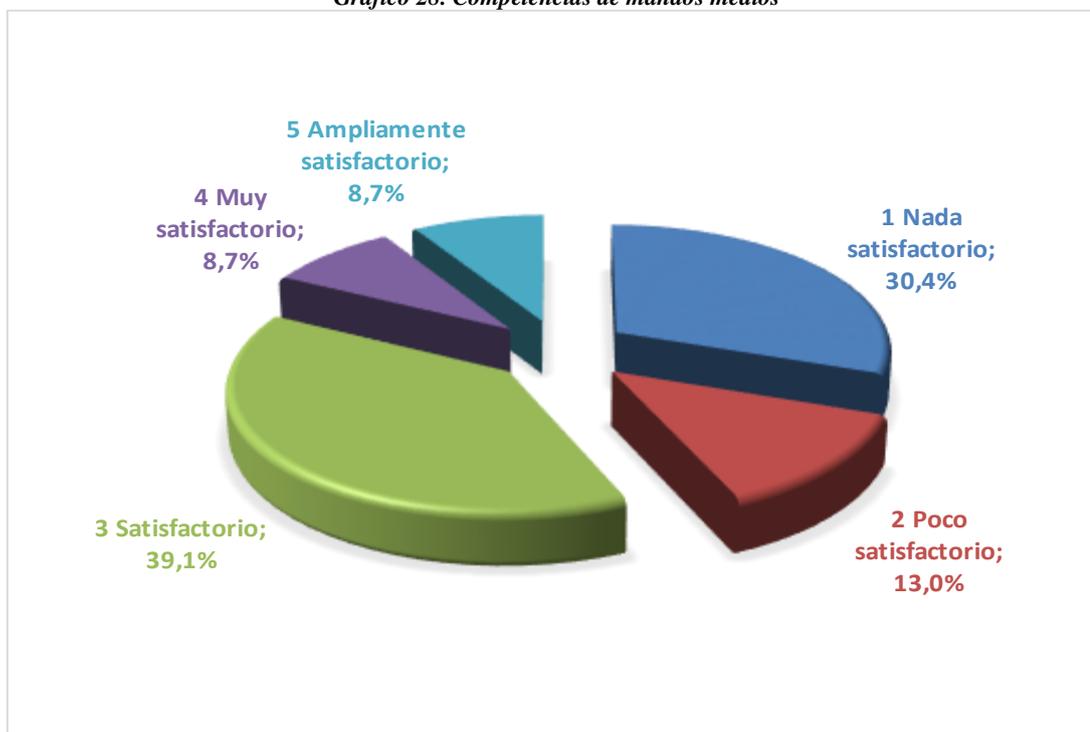
Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas acerca de las competencias de los directivos, el 34,8% dicen que son satisfactorias, mientras que un 21,7% manifiestan que son nada satisfactorias, sin embargo existen cifras de 26,1% y 17,4% que tienen tendencias positivas y negativas respectivamente, lo cual hace que la condición de satisfacción de los encuestados suba al 60,9% y la negativa a un 39,1% demostrándose de esta manera que hay muy buena aceptación por las competencias ejercidas por los directivos de los clústeres, a pesar de que existe inconformidad por parte de una buena cantidad de encuestados.

Pregunta N° 23.- ¿Cómo califica las competencias de los mandos medios de los emprendimientos o empresas que participan en las cadenas productivas?

Gráfico 28. Competencias de mandos medios



Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas acerca de las competencias de los mandos medios, el 39,1% dicen que son satisfactorias, mientras que un 30,4% manifiestan que son nada satisfactorias, sin embargo existen cifras positivas que incrementan la satisfacción a un 56,5% lo que quiere decir que existe aceptación de las competencias de los mandos medios, a pesar de existir tendencias de inconformidad que suman un 43,4%, cifra muy importante que deben tomar en cuenta los mandos medios de las cadenas productivas para mejorar sus capacidades.

Pregunta N° 24.- ¿Cómo califica la mano de obra de los emprendimientos o empresas en las cadenas productivas?

Gráfico 29. Mano de obra



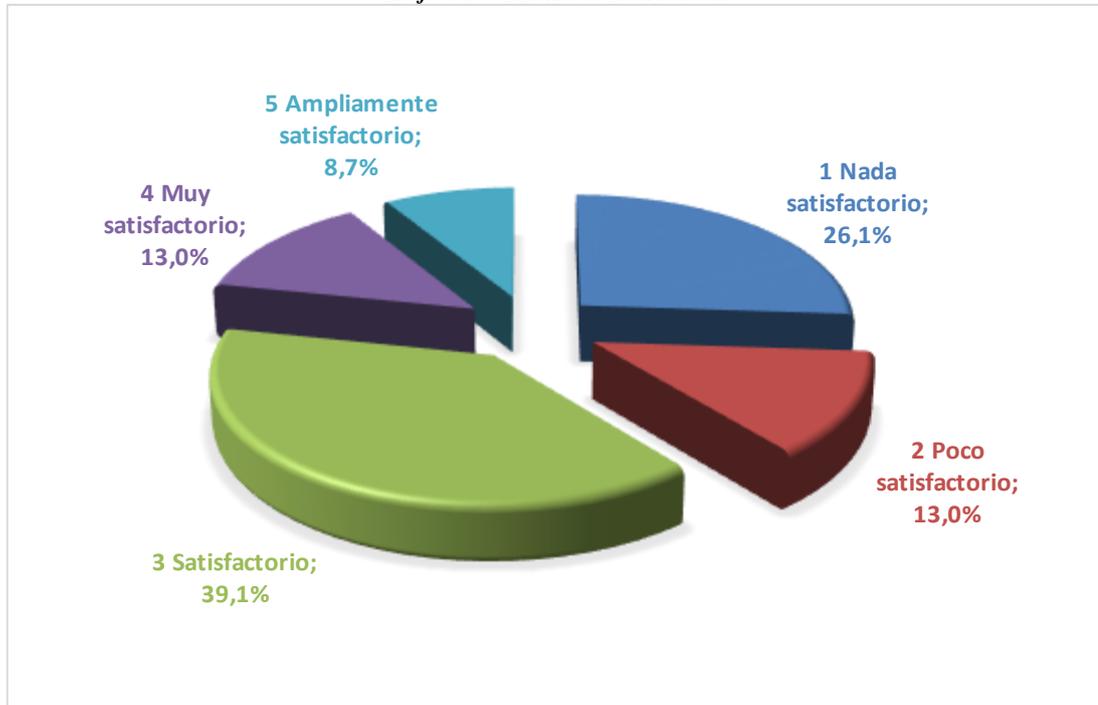
Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas acerca de la mano de obra de los emprendimientos, el 43,5% dicen que es satisfactoria, mientras que un 17,4% manifiestan que es nada satisfactoria, sin embargo existen cifras positivas que incrementan la satisfacción a un 69,6% lo que quiere decir que las cadenas productivas generan una mano de obra que se considera optima, a pesar de existir tendencias de inconformidad que consideran que se debe trabajar para incrementar la generación de empleo en los clústeres de Tungurahua.

Pregunta N° 25.- ¿Cómo califica el sistema de distribución en las cadenas productivas de Tungurahua?

Gráfico 30. Sistema de distribución



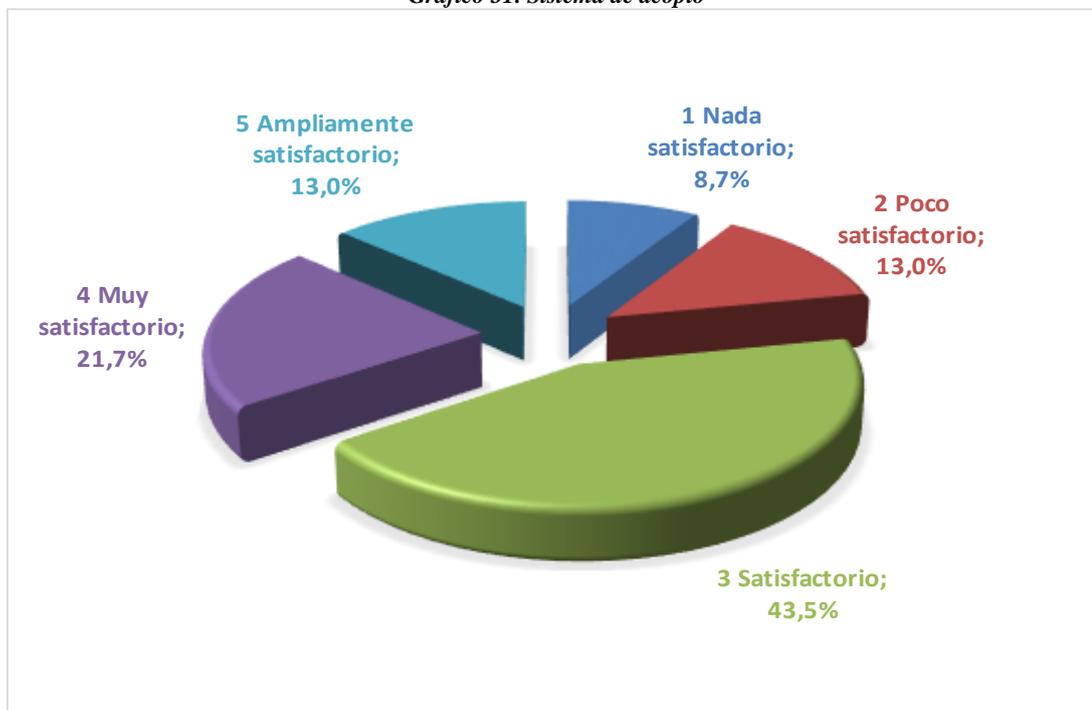
Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas acerca del sistema de distribución en las cadenas productivas, el 39,1% dicen que es satisfactorio, mientras que un 26,1% manifiestan que es nada satisfactorio, además existen cifras afianzan la satisfacción, por lo que se puede considerar que los sistemas de distribución de las cadenas productivas son eficientes, sin embargo las tendencias de insatisfacción muestra una cifra importante lo cual deja en claro que hay que mejorar dicho sistema de distribución para mejorar las cadenas productivas de Tungurahua.

Pregunta N° 26.- ¿Cómo califica el sistema de acopio en las cadenas productivas de Tungurahua?

Gráfico 31. Sistema de acopio



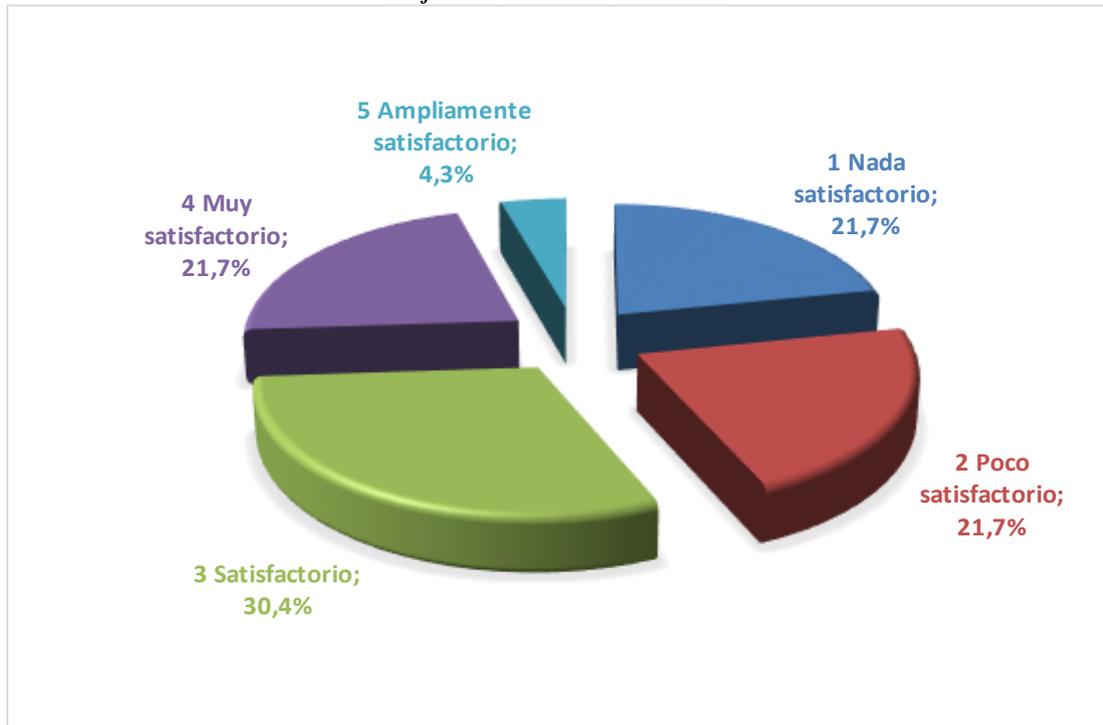
Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas acerca del sistema de acopio en las cadenas productivas, el 43,5% dicen que es satisfactorio, mientras que un 21,7% manifiestan que es muy satisfactorio, además de que un 13,0% dicen que es ampliamente satisfactorio, lo que quiere decir que el sistema de acopio de las cadenas productivas cumplen con las expectativas de los encuestados, sin embargo existen cifras con tendencia negativa que suman el 21,7% de personas que muestran desacuerdo en cuanto a la capacidad de los sistemas de acopio por lo que se debe verificar el porqué de esta perspectiva negativa de ciertos actores de los clústeres.

Pregunta N° 27.- ¿Cómo califica el sistema de innovación en las cadenas productivas de Tungurahua?

Gráfico 32. Sistema de innovación



Fuente: elaboración propia con aporte de la encuesta IBM SPSS 23.

Análisis e interpretación

De la totalidad de empresas encuestadas acerca del sistema de innovación de las cadenas productivas, el 30,4% dicen que es satisfactorio, mientras que un 21,7% manifiestan que es muy satisfactorio, además de que un 4,3% dicen que es ampliamente satisfactorio, lo que quiere decir que el sistema de innovación es aceptable sin embargo el 21,7% dicen que es nada satisfactorio y otro 21,7% dicen que es poco satisfactorio, por lo que es necesario buscar estrategias que encaminen a las clústeres a buscar una constante innovación para beneficio de las cadenas productivas de Tungurahua.

6. DISCUSIÓN

Los 23 participantes en la encuesta aplicada, respondieron los 27 ítems que son parte del cuestionario o instrumento de recolección de información, aportando con datos puntuales muy importantes para esta investigación, dicha información permite tener una clara perspectiva de como las dimensiones del emprendedor influyen en las cadenas productivas de Tungurahua, de esta manera que se pudo analizar de manera general la relación existente entre las variables de estudio.

Esta investigación ha despertado mucho interés entre la comunidad emprendedora de la provincia de Tungurahua, en vista de que si se la toma como guía para su aplicación en el medio productivo emprendedor, esta generará resultados positivos en diferentes aspectos dentro de las cadenas productivas de Tungurahua, sin embargo la investigación realizada muestra opiniones positivas, y negativas, dentro de los factores positivos detectados se ha tomado en cuenta uno de los principales beneficios que se obtendrían en beneficio de la comunidad, específicamente en el sector laboral, basado en El telégrafo (2017) que expone que “con respecto a la población económicamente activa (PEA), que la tasa de desempleo nacional bajó de 5,3% (junio) a 5,2% (septiembre). En este mismo lapso, el subempleo aumentó de 16,3% a 19,4%” esto se evidencia en la investigación realizada ya que un alto porcentaje de los encuestados en cual asciende al 52,1% afirman que las dimensiones emprendedoras innatas de los emprendedores que son parte de las cadenas productivas aportarán satisfactoriamente en cuanto a la generación de empleo en las cadenas productivas, lo que quiere decir que existen beneficiarios de este incremento de mano de obra con sus, misma que brinda estabilidad a muchas familias del sector, situación que ha logrado impulsar un desarrollo notable en la productividad en base a iniciativas emprendedoras de las cadenas productivas, lo cual se abaliza con los datos obtenidos (Economía, 2017) donde se puede ver que “En la productividad del trabajo ha crecido a un ritmo promedio de entre el 2% y el 3% anual, mientras que la productividad total de la economía lo ha hecho a un ritmo de alrededor del 1.5% anual”, evidentemente esto concuerda con esta investigación al evidenciar que el 60,8% de las empresas encuestadas manifiestan que dicha productividad en las cadenas productivas es ampliamente satisfactoria, pero por otro lado existe negatividad en cuanto, ya que el

47,8% de los encuestados en cambio consideran que la mano de obra generada no es lo suficientemente satisfactoria, por lo tanto la productividad en base a las iniciativas emprendedoras en las cadenas productivas es deficiente, dejando claro que a pesar de haber muchas personas que han sido favorecidas por la generación de empleo, esta situación se puede mejorar mucho más, apalancando a los clústeres en las políticas de apoyo ofrecidas por el gobierno nacional, que a pesar de haber un nivel de tan solo el 39,1% de satisfacción por parte de los encuestados, es evidente su existencia, y bien podrían ser beneficiarios de este servicio de apoyo al emprendedor, pues “El financiamiento es uno de los puntos vitales en el fomento del emprendimiento y la innovación. Según la Alianza para el Emprendimiento e Innovación del Ecuador (AEI), hasta el momento hay un fondo por unos USD 10 millones, pero el desafío es llegar a USD 240 millones hasta el 2020, fondos que serán destinados a la ayuda y apoyo del emprendedor ecuatoriano”, (Revista lideres, 2017), no hay que olvidar además que en el caso de no haber podido acceder a ser parte del beneficio de las políticas nacionales de apoyo, se tiene una segunda alternativa, ya que de la misma manera existen programas de apoyo local brindados al emprendedor de las cadenas productivas, ya que según la (Agendas para la transformación productiva territorial: provincia de Tungurahua, 2016), manifiesta que “El esquema participativo y el diálogo con los actores de las localidades será una herramienta para dar más fuerza a las iniciativas y también para ayudar a construir instrumentos novedosos que se aplican a todos los productores y sus procesos productivos y que están adaptados a la realidad concreta del territorio, tanto como a sectores productivos determinados”, lo cual hay que aprovecharlo para beneficio de los actores individualmente y empresarialmente por medio de este tipo de diálogos, a pesar de no ser vistos con buenos ojos por parte del 52,1% de los encuestados que consideran que el apoyo local no es satisfactorio en vista de que tener acceso al mismo es una tarea difícil ya que por lo general este tipo de apoyo se da a las pequeñas empresas que ya están encaminadas, más no al pequeño emprendedor, por lo que para tener opciones de calificar a este apoyo se debería acceder al mismo por medio del clúster para así beneficiar a las cadenas productivas que forman parte del mismo, esto se afirma en base a que el 47,8% de los encuestados consideran que las políticas de apoyo local son satisfactorias, Por lo tanto se puede señalar que existen opciones basadas en el aprovechamiento de las capacidades o dimensiones del emprendedor y sus iniciativas, reforzadas tanto por las políticas de

apoyo nacionales como locales para lograr el crecimiento o desarrollo empresarial o de los clústeres, y por ende de las cadenas productivas de la provincia de Tungurahua.

Por otro lado es necesario tener claro que para lograr un desarrollo sostenido de las cadenas productivas es necesario que el gobierno nacional brinde alternativas de apoyo para los emprendedores en lo que a materia tributaria se refiere, pues en la actualidad las leyes tributarias muchas veces ahogan el proceso de crecimiento de estas personas, generando afectación directa a la cadena productiva a la que pertenecen, sin embargo existen incentivos en el medio tributario, mismos a los que podrían tener acceso y beneficiarse de cierta manera con estos incentivos aplicados por ejemplo al impuesto a renta, impuesto a las tierras rurales, impuestos al valor agregado, la amnistía tributaria etc., mismos que ofrecen ahorro en la inversión, incentivo en productividad y generación de empleo, además de justicia redistributiva y equidad, beneficios que ayudarían a incentivar el cumplimiento tributario y generaría mejores condiciones para el crecimiento, en base a este dato se expone por ejemplo que “Desde mayo hasta septiembre del 2016, cuando se aplicó la amnistía tributaria en la que los contribuyentes se beneficiaron de la condonación de multas, intereses y recargos si cancelaban el total de sus obligaciones tributarias, el SRI captó USD 917 millones. Con estos ingresos, hasta diciembre del 2016 se alcanzó el 95% de la meta por cobro de impuestos, y benefició al 17% de las pequeñas empresas que están en crecimiento en el país”, esto según Revista líderes (2017), sin embargo y a pesar de la existencia de los beneficios e incentivos tributarios señalados anteriormente el 73,9% de los encuestados consideran que estos no son satisfactorios, por lo que es evidente que la mayoría de los emprendedores de las cadenas productivas no acceden a este servicio, lo cual lógicamente genera que su responsabilidad tributaria sea negligente llevándolos en muchos casos a incumplir con estos aportes, generando problemas legales en la cadena productiva y por ende en los clústeres, volviendo lento el desarrollo de los mismos, sin embargo también existe un 26% de los encuestados que ven las cosas de manera diferente, ya que consideran que los incentivos tributarios son satisfactorios, actitud que hay que aplaudirla, ya que a pesar de ser un grupo mínimo de personas, estas aportan cumplidamente con sus obligaciones tributarias, evidentemente este grupo de personas son aquellas que están en mejores condiciones de crecimiento en la cadena productiva, por lo que es necesario que estas apoyen a los emprendedores más

débiles e incentiven a cumplir con sus obligaciones tributarias, para así lograr el desarrollo colectivo de los actores y a su vez de la cadena productiva y el clúster del que forman parte, situación que al ser plasmada abrirá las puertas a los mercados internacionales generándose la oportunidad de exportar sus productos, pues cabe señalar que las exportaciones en la actualidad son medio comercial que aporta significativamente al desarrollo del país sin embargo es preocupante que este tema muestre un descenso importante puesto que en enero del año 2016, las exportaciones totales presentaron una disminución interanual de 6,4% en valor y de 11,7% en volumen, puesto que pasaron de USD 2.122 millones en el primer mes de 2016 a USD 1.985 millones en el mismo mes de 2017 según datos del INEC (2017). Por lo que es necesario incentivar a las cadenas productivas a acceder a este tipo de comercio, de tal manera que el gobierno ha generado para estas actividades de exportación diferentes políticas de incentivos a las cuales pueden acceder las cadenas productivas, incentivos como la exoneración del impuesto a la salida de capitales que tienen fines de pagos en el extranjero, incentivo de la tasa de impuesto a renta más baja de la región, y la reducción de 10 puntos de la tarifa del impuesto a renta, entre otros incentivos atractivos para los emprendedores que buscan vender sus productos en mercados extranjeros, mismos que facilitarían las exportaciones para los actores de los clústeres, por tal motivo existe una perspectiva muy positiva en cuanto a este punto pues el 56,5% de los encuestados afirman que los incentivos a la exportaciones son satisfactorios, tiene razón, sin embargo a pesar de esto existe también parte negativa ya que un 43,4% dicen todo lo contrario pro lo que este desacuerdo podría ser el motivo por cual no se está logrando exportar los productos de las cadenas productivas truncando así aún más su crecimiento, así mismo en cuanto a la importación, actividad que beneficiaría sobremanera a los emprendedores de las cadenas, puesto que podrían importar también los productos e insumos, además de materia prima, para su producción, estos no se benefician de esta actividad que ayudaría a reducir costos y generar costos mucho más competitivos en el mercado, a pesar de esto existe una buena percepción en cuanto las importaciones ya que 60% de los encuestados afirman que los incentivos para esta actividad son satisfactorios, lo cual demuestra que el gobierno nacional ha puesto sobre la mesa las diferentes opciones de apoyo para los emprendedores mismos que deberían incentivarse para poder acceder a los mismos y

así generar grandes beneficios individuales como colectivos en las cadenas productivas de la provincia de Tungurahua.

Otro de los factores que contribuyen de manera importante para lograr el crecimiento de las cadenas productivas es el desarrollo vial del país y de la provincia de Tungurahua, pues la facilidad de movilización es trascendental para poder llegar a los lugares de comercialización de los productos, o a las diferentes ferias que se desarrollan en las distintas localidades del país y la provincia, esto lógicamente genera beneficios muy significativos para las cadenas productivas ya que el llegar a su destino en los tiempo establecidos hacen que puedan desarrollar sus actividades comerciales aprovechando las ferias de manera eficiente, situación que no se podría generar si fuera el caso de no tener una estructura vial adecuada en el país, esto en base al Ministerio Coordinador de producción y empleo (2017) que señala que “Los logros del Ecuador en vialidad, transporte y logística han sido reconocidos internacionalmente, pues el Foro Económico Mundial acaba de ubicar a Ecuador entre los tres países de Latinoamérica con las mejores carreteras de la región. “Se han invertido USD 6.450 millones de dólares entre 2007 y 2017 en la construcción y potenciación de más de 9.500 kilómetros de infraestructura vial que, sin duda, aporta a la producción e impulsa al turismo”, de tal manera se encuentra una confirmación de esta aseveración en base a la opinión de los representantes de las cadenas productivas en la encuesta realizada, pues la investigación determina que el 47, 8% de los encuestados afirman que el país cuenta con una infraestructura vial apropiada que beneficia al desarrollo de sus actividades comerciales, valor que a pesar de ser inferior frente al 52,1% que piensan que la infraestructura vial no es satisfactoria y que posiblemente necesita mejorarse, si bien es cierto que aún existen sitios en los que hace falta mejorar las vías de acceso, mismos que pueden ser el motivo de la insatisfacción de la mayoría de los encuestados, cabe señalar que el gobierno anterior del Ecuador se ha preocupado por el mejoramiento de gran parte de la infraestructura vial, misma que está siendo de mucho beneficio para millones de comerciantes a lo largo de todo el país, por otro lado es claro que la infraestructura vial no es el único factor que influye en las cadenas productivas de Tungurahua, pues es evidente que hay otros como por ejemplo la energía eléctrica, la cual en muchos casos resulta costosa de asumir para la producción sin embargo según los resultados obtenidos en la investigación se puede ver que un

56,5% del total de los encuestados manifiestan que lamentablemente el servicio eléctrico de país y de Tungurahua mantiene costos elevados que perjudican al desarrollo de las cadenas productivas y a su emprendedores, por otro lado los miembros de dichas cadenas que tal vez se mantienen en mejor nivel de producción podrían opinar lo contrario pues su capacidad de liquidez permite que sus pagos no sean un problema este grupo que representa a los eslabones más fuertes de la cadenas podrían estar constituidos por el 43,5% que se evidencia que en la investigación están satisfechos con los costos de energía eléctrica del país, así también cabe indicar que otro de los factores generadores de crecimiento empresarial está determinado por la conectividad existente en la actualidad, pues no es de desconocimiento de la ciudadanía que la tecnología actual es una fuente muy importante para poder comunicarse en cualquier momento y hasta en tiempo real, lo cual beneficia lógicamente a las cadenas productivas que tiene acceso a este tipo de tecnología, pues “Existe un crecimiento de la fibra óptica en el Ecuador en 10 veces más que en el año 2015, con el fin de atender al sector productivo del país y a la ciudadanía con servicios de telecomunicaciones de calidad” así lo dice el Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (2017), es por eso que esto se puede ver en el nivel de satisfacción por parte de los encuestados haciendo a un 52,1%, sin embargo también existe negativismo en este aspecto, pues el 47,8% piensan completamente diferente exponiendo que la conectividad no es satisfactoria, haciendo un análisis de esta situación se puede decir que posiblemente este grupo de personas pueden carecer de los conocimientos necesarios para el manejo de esta tecnología lo que hace que se muestren reacias al tema, sin embargo esto se puede corregir por medio de una capacitación planificada, para lograr instruir a estos emprendedores en lo que a tecnología y manejo de la conectividad se refiere.

Es necesario también tocar el tema de los centros de apoyo para los emprendedores en las cadenas productivas de Tungurahua, centros como por ejemplo el Centro de Fomento de la Producción, creado con el fin de brindar todo el apoyo necesario a los diferentes clústeres de la provincia, en la actualidad ya estos centros brindan el apoyo a los clústeres de cuero y calzado además de a los textiles sin embargo en la investigación el 52,1% de los encuestados muestran inconformidad en cuanto a estos centros ya que manifiestan que no son satisfactorios en lo que a sus actividades

intrínsecas se refiere, dejando así entrever una mala imagen que nace lógicamente en su perspectiva personal, por otro lado se puede ver que estos centros de apoyo han brindado la ayuda necesaria a quienes así lo han requerido, con el fin de dar solución a cualquier tipo de inconveniente que en su momento enfrentaban, esto se puede afirmar ya que existe un valor nada despreciable el cual se fija en un pues estos son centros en los que un 47,8% de los encuestados en la investigación realizada en este estudio quienes afirman que los beneficios de estos centros son satisfactorios, lo cual deja entrever que la gestión administrativa del servicio brindado ha valido la pena entre los diferentes productores de las cadenas productivas, puesto que estos centros han fomentado la asociatividad de los emprendedores en las cadenas productivas lo cual es bien visto por los miembros de las mismas ya que un 65,2% de los encuestados muestran satisfacción con dicha asociatividad ya que por medio de la misma se puede generar la producción en base a la cooperación de todos los miembros de la cadena, cooperación que según la encuesta realizada es satisfactoria en un 43,4% lo cual expone que existe el trabajo en equipo dentro de las cadenas productivas, pero claro está, que no todos pueden estar contentos ya que el 56,5% de los encuestados dicen que no siempre se benefician de este factor importante, lo cual hace que dichos actores de las cadenas muestren inconformidad en cuanto a la cooperación, lo que deja claro que el nivel de participación en las cadenas no es del todo satisfactorio evidenciándose con un 56,1% de insatisfacción por parte de los encuestados o representantes de las cadenas productivas de Tungurahua.

Todos estos inconvenientes son susceptibles de cambio por medio la comunicación apropiada que puede ser fomentada en base a las tecnologías de información y comunicación entre los actores de las cadenas productivas, para beneficiar así a los mismos y poder mantener un acuerdo general entre todos los actores de las mismas, puesto que “A fin de mejorar el acceso a las tecnologías de la información, firmas estatales como la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) ha destinado cuatrocientos ochenta y cinco millones de dólares durante este año para ampliar el servicio y la oferta de telefonía fija y móvil, e Internet, a través de Alegro, la inversión actual es mayor a la de 2010, cuando se utilizaron cerca de trescientos millones de dólares “esto ha sido afirmado por El telégrafo (2016), y se abaliza con la información obtenida en la investigación la cual manifiesta que un 43,4% están satisfechos con

estas tecnologías beneficiosas para su desarrollo, así mismo y como en todo se evidencia una indisposición al tema ya que un 56,5% piensan todo lo contrario, sin embargo no hay que dejar de lado el que la tecnología hoy en día es parte de la vida del ser humano, que su constante cambio e innovación siempre va a aportar positivamente en cualquier ámbito laboral o de producción, por lo tanto es necesario que todos los actores de las cadenas productivas sea parte de un proceso de capacitación permanente lo cual innovará sus conocimientos, incrementando su capacidad y visión para los negocios y sobre todo para sus actividades diarias dentro de las cadenas productivas, el Ecuador ha generado programas de capacitación “Los técnicos del Ministerio de Industrias y Productividad en Quito, y en diferentes provincias del país dictan talleres de capacitación a través de Centros de Desarrollo Empresarial y Apoyo al emprendimiento (CDEAE), con el fin de formar, apoyar y capacitar a los emprendedores ecuatorianos”, El telégrafo (2017), demostrando de esta forma que el gobierno nacional brinda un apoyo incondicional a sus emprendedores, y afortunadamente se puede ver que existe predisposición y satisfacción de la mayoría de los actores en cuanto a la capacitación llegando a un 56,5% de complacencia.

Todos estos procesos deben ser llevados a cabo dentro de las cadenas productivas y en beneficio de sus actores, por supuesto, esto es pura y neta responsabilidad de los mandos directivos de las mismas, mismos que ha estado al frente de las diferentes actividades que pueden ser aplicadas en beneficio del conjunto de emprendedores, sin embargo en la encuesta se puede ver que el 60,9% de los encuestados califican de satisfactorias las competencias de dichos mandos directivos de los emprendimientos o empresas de las cadenas productivas de Tungurahua, claro está que estos logros de las autoridades o directivos se han logrado gracias al apoyo de los mandos medios existentes también en las cadenas productivas cuyas gestiones son calificadas como satisfactorio por el 56,5% de los encuestados, cabe recalcar estos mandos medios son aquellos que están directamente relacionados con el personal de producción de las cadenas productivas, quienes son también responsables del control de la calidad de los productos que serán puestos en el mercado, por lo tanto deben llevar una vigilancia minuciosa de la mano de obra, por lo tanto esta lógicamente tiene que ser completamente eficiente, lo cual se puede verificar en la investigación ya que se ha determinado que el 69,6% de los encuestados muestran satisfacción en cuanto a este

tema, esto a pesar de existir un 30,4% que no están de acuerdo en que la mano de obra sea satisfactoria, por lo que este grupo de personas son el motivo claro para promover el mejoramiento continuo de la mano de obra, así cambiar su perspectiva negativa en cuanto este punto de discusión.

Otro de los factores importantes para el desarrollo de las cadenas productivas de Tungurahua, es sistema de distribución de sus productos, el cual debe ser tomado en cuenta con mucha importancia en vista de que es el medio para hacer llegar la producción al consumidor final, por lo tanto el desarrollo de las cadenas productivas está completamente determinado por este punto, cabe señalar que en la investigación se pudo establecer que dichos sistemas de distribución son bien apreciados por los encuestados ya que el 60,8 % señalan que es satisfactorio, lo que deja en evidencia el buen manejo de la logística de producción, por otro lado se debe dejar en claro que las cadenas productivas, basadas en su nivel de producción necesitan de la utilidad de los centros de acopio en donde se almacenarán todos los productos, hasta su distribución y comercialización, pues estos centros de acopio son catalogados en su funcionalidad como satisfactorios ya que el 68,2% de los encuestados así lo afirman, por otro lado el 21,7% opinan diferente pues consideran que los centros de acopio no cumplen con su funcionalidad expresando de esta manera su insatisfacción con el tema, sin embargo las cadenas productivas de Tungurahua han visto la necesidad de enfrentar todos los inconvenientes que se van suscitando a lo largo de su actividades de producción diarias, por lo que siempre están optando por la innovación en cuanto a los procesos administrativos y de producción, lo cual es de clara satisfacción para los encuestados ya que el 56,4% de estos lo evidencian de esta manera, por lo tanto y en vista de la predisposición al cambio e innovaciones de las cadenas productivas es necesario que se tomen diferentes alternativas de solución a los inconvenientes que se han encontrado a lo largo de la investigación, y que se han detallado en esta discusión, una vez analizados estos aspectos, lo idóneo sería plantear estrategias apropiadas que aporten a la productividad de las cadenas productivas de la provincia de Tungurahua, basadas en soluciones que podían beneficiar a todas las cadenas productivas y principalmente a sus actores, de tal manera que se cree conveniente incentivar y trabajar en diferentes aspectos como los siguientes:

- Realizar un análisis profundo de cada una de las dimensiones del emprendedor y por supuesto la caracterización de su perfil en las Cadenas Productivas de Tungurahua.
- Realizar una campaña de capacitación planificada con anterioridad para todo el año de producción, dirigido a los emprendedores de las cadenas productivas.
- Plantear iniciativas estratégicas emprendedoras en las cadenas productivas de Tungurahua.

7. CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados de la investigación aplicada a los representantes de las cadenas productivas de la provincia de Tungurahua se llega a las siguientes conclusiones:

- Las dimensiones del emprendedor aportan con sus iniciativas de manera beneficiosa en las cadenas productivas, puesto que se ha visto que las mismas han generado empleo beneficiando al sector productivo y a la productividad de las cadenas productivas que han incrementado su nivel de producción, y además a pesar de no haber sido parte activa del apoyo nacional y local han logrado un crecimiento reconocido en el mercado ambateño, quedando abierta la posibilidad de que se incremente sus desarrollo si llegan a ser parte de los beneficios del apoyo brindado tanto por el gobierno nacional como por el gobierno local.
- Las cadenas productivas en cierta manera se ven truncadas en su desarrollo empresarial puesto que a pesar de tener o contar con la posibilidad de acceder a los diferentes incentivos tributarios, e incentivos tanto para las exportaciones e importaciones ofrecidos por el gobierno, estas se muestran desmotivadas a hacerlo lo que genera un evidente freno en el desarrollo de estas y de la productividad de las cadenas a pesar de que estas se encuentran en un buen nivel, sobre todo se limita la posibilidad de acceder a mercados internacionales, lo cual es una de la metas más importantes que se desean alcanzar, por lo tanto todos estos beneficios que se detallan serían de gran beneficio para las cadenas productivas.
- El desarrollo de las cadenas productivas es dependiente de algunos factores que influyen en su desarrollo económico factores como la infraestructura vial del país, los costos de la energía eléctrica, y hasta de la conectividad en vista de que estos infieren en su desarrollo debido a que pueden representar ahorros económicos o a su vez incremento de costos, esto dependiendo de las fluctuaciones del precio de la energía, del buen estado de las carreteras y del

uso apropiado de la tecnología de conectividad, factores que pueden mantener en constante crecimiento a las cadenas productivas o estancar este desarrollo, o a su vez, generarían falta de fortalecimiento de las bases de los emprendimientos, por lo que las cadenas productivas se enfrentan a un problema silencioso que podría hacer tambalear su estructura administrativa, problema que lamentablemente es ajeno a su voluntad, pero que en base a la aplicación de este estudio podría recuperarse de los inconvenientes causados por los emprendedores.

- Por otro lado existe un alto nivel de participación de los centros de apoyo a las cadenas productivas, situación que las beneficia directamente, ya que los mismos aportan con soluciones a los diferentes inconvenientes que viven día a día, dichas cadenas, dando paso a la fluidez de la producción y el desarrollo laboral además de fomentar la asociatividad y cooperación entre los actores, pues el asumir estas nuevas particularidades se logrará establecer un ambiente laboral sano en donde se desarrollen las actividades con normalidad, por lo tanto la asociatividad y cooperación de los actores generarán el ansiado desarrollo empresarial y económico, el cual es el objetivo principal de las cadenas productivas.
- En cuanto al manejo tecnológico de las cadenas productivas, estas necesitan de una innovación de conocimientos puesto que las tecnologías de la información que son una herramienta muy relevante en el desarrollo empresarial, no están siendo aprovechadas por la totalidad de los emprendedores pues la mayoría de estos muestran desconocimiento en cuanto a las mismas, situación que es generada por el deficiente nivel de capacitación para los actores de las cadenas frenado así el desarrollo del conocimiento de los emprendedores, a sabiendas de que este es relativamente, esto como es lógico frena el desarrollo de las mismas ya que la falta de conocimiento generan decisiones negativas que afectan al conglomerado generando en muchas ocasiones grandes pérdidas económicas, poniendo en riesgo las bases financieras de las cadenas productivas.

- Las competencias de los mandos directivos y los mandos medios son completamente efectivas en sus decisiones y actividades en beneficio de las cadenas productivas, ya que dichas decisiones han sido el motivo de generación de bienestar en la mayoría de los actores de las mismas, por lo que existe aceptación a sus competencias como representantes empresariales, sin olvidar que esto beneficia a la productividad de las cadenas, lo cual ha generado un mejoramiento notorio en la mano de obra y por ende en la calidad de los productos que se expenden en los mercados de Tungurahua y el país.
- Los sistemas de distribución y los centros de acopio, de las cadenas productivas, a pesar de que presentan en ocasiones inconvenientes, estas tienen muy bien definidas sus actividades generando fluidez en el manejo de los productos tanto al ser distribuidos como al ser embodegados en espera de su comercialización , por lo que queda claro que su nivel de eficiencia en lo que a administración se refiere está completamente sustentado y respaldado por los actores de la cadenas productivas, a pesar de que exista cierta inconformidad por parte de unos pocos en lo que tiene que ver a su administración y manejo diario.

8. RECOMENDACIONES

En base a las conclusiones generadas de acuerdo al estudio y basado en las mismas se recomienda lo siguiente:

- Todos los actores de la cadenas productivas que conserven siempre en pie su actitud emprendedora con el fin de que se pueda mantener los procesos beneficiosos que hasta el momento se han evidenciado, dicha actitud ayudará a incrementar la productividad de las cadenas, para así aportar también al sector productivo de la provincia y beneficiar a la comunidad del sector, puesto que al así hacerlo se estará aportando además al desarrollo comercial local y al desarrollo de los clúster y sus cadenas y por ende de cada uno de sus actores o emprendedores individualmente en el sector productivo de la provincia de Tungurahua.
- Para evitar que se trunque el desarrollo de las cadenas productivas el incentivar entre sus actores la búsqueda del mercado internacional y el acceso a la los beneficios de los incentivos tributarios para sí lograr ingresar a otros países con sus productos generando un sustancial crecimiento económico lo cual fortalecerá las bases financieras de las cadenas generando confianza en las relaciones comerciales con las cadenas productivas del Ecuador y haciéndose acreedores a los distintos incentivos tanto de importaciones como de exportaciones.
- Los directivos la creación de charlas explicativas para generar la autoconfianza en los emprendedores, y así poder lograr que tengan claro que la deben confiar en que el país cuenta con una excelente infraestructura vial, para fomentar el crecimiento de las ventas al movilizar con tranquilidad y confianza sus productos lo cual permitirá que mantengan un nivel de liquidez apropiado y de esta manera enfrenar con responsabilidad sus obligaciones en cuanto al pago de la energía eléctrica aunque esta de cierta forma sea algo costosa desde sus perspectiva, además de aprovechar las ventajas de la conectividad existente en la actualidad lo cual evidentemente los beneficiará de forma positiva.

- Todos los actores ser parte voluntaria de la participación colectiva dentro de las cadenas productivas, con el fin de lograr un desempeño mucho más eficiente en todas las actividades de producción de las mismas pues es claro que la unión hace la fuerza, por otro lado se sugiere también que se fomente la cooperación entre si pues el contar con el apoyo de un compañero o socio siempre genera confianza propia lo cual puede afianzar la personalidad y hacer fluir las ideas de los emprendedores para generar decisiones apropiadas para beneficio de las cadenas productivas además es necesario sugerir el fomento de la asociatividad por cuanto el estar representado por una agrupación de personas dotada de personalidad jurídica generará seguridad y confianza de los consumidores ya que estarán respaldados por las diferentes normas, leyes y reglamentos vigentes que amparan a las agrupaciones de esta naturaleza.
- Los directivos la innovación de las tecnologías de información y comunicación para mejorar la interrelación entre los actores de las cadenas productivas y sus representantes y de esta manera mantener a los mismos informados de todas la situaciones y pormenores que puedan influir tanto positiva como negativamente en el desarrollo de la actividades diarias de las cadenas productivas, además se recomienda la implementación urgente de una campaña de capacitación integral planteado en un cronograma para lo que resta del año en curso y el próximo año, capacitación dirigida a los miembros de las cadenas productivas con el fin de incrementar sus conocimientos en los campos y temas específicos de importancia y necesidad de las cadenas, para de esta manera equipara los conocimientos individuales y encaminar a los emprendedores al éxito de sus negocios y estos as u vez generen la optimización de la cadena productiva en general.
- Los directivos, tanto de los mandos superiores como medios los cuales son reconocidos como la cabeza de la organización, a generar los procesos apropiados para establecer nuevas estrategias e iniciativas que promuevan la actitud emprendedora en las personas o emprendedores de las cadenas productivas y sobre todo se recomienda a los dos rangos de mandos internos mantener siempre su actitud de interés y responsabilidad para mantener los

resultados obtenidos hasta el momento y así por medio de sus acciones y decisiones encaminar a cada uno de los actores de las cadenas productivas a seguir creciendo tanto de forma individual como empresarial, y de esta manera estimular el mejoramiento continuo en la que a mano de obra se refiere, para que estos se mantengan con los ánimos estables y no decaigan en sus labores diarias individuales y así no poner en riesgo a toda la cadena productiva, logrando optimizar la calidad en los productos elaborados.

- Los sistemas de distribución y los centros de acopio, de las cadenas productivas, a pesar de que presentan en ocasiones inconvenientes, estas tienen muy bien definidas sus actividades generando fluidez en el manejo de los productos tanto al ser distribuidos como al ser embodegados en espera de su comercialización, por lo que queda claro que su nivel de eficiencia en lo que a administración se refiere está completamente sustentado y respaldado por los actores de las cadenas productivas, a pesar de que exista cierta inconformidad por parte de unos pocos en lo que tiene que ver a su administración y manejo diario.
- Poner el cuidado necesario para que los centros de acopio se mantengan óptimos en sus actividades para que de esta manera brinden el servicio apropiado a las cadenas productivas, cumpliendo de esta manera con el objetivo para el que fueron creados, generando de esta manera la facilidad del caso para el almacenamiento de los productos de las cadenas productivas, y a su vez permitan que los sistemas de distribución tengan la fluidez necesaria para llevar a cabo la logística de manera eficiente y así poder cumplir a cabalidad con sus funciones, y por ende cumplir con las entregas o distribución dentro de los tiempos establecido generando así conformidad y satisfacción en los clientes, además se sugiere que es necesario mantener el espíritu de innovación de procesos y productos para de esa forma lograr mantenerse en los mejores sitios del mercado comercial ambateño y Tungurahuense.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Agendas para la transformación productiva territorial: provincia de Tungurahua. (20 de Mayo de 2016). *Acerca de nosotros: produccion.gob.ec*. Obtenido de produccion.gob.ec Web site: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/Agenda-Territorial-Tungurahua.pdf>
- Alfaro, Y. (13 de Mayo de 2015). *Acerca de nosotros: entrepreneur.com*. Obtenido de entrepreneur.com Web site: <https://www.entrepreneur.com/article/264319>
- Alonso, M., & Galve, C. (26 de Julio de 2012). El emprendedor y la empresa. (C. Galve, & M. Alonso, Edits.) *Acciones e investigaciones sociales, I(2)*, 44. Recuperado el 17 de Abril de 2017, de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-ElEmprendedorYLaEmpresa-2975142.pdf
- Altamirano, M. (22 de Agosto de 2016). *Acerca de nosotros: elheraldo.com.ec*. Obtenido de elheraldo.com.ec Web site: <http://www.elheraldo.com.ec/index.php?fecha=2016-04-04&seccion=Ciudad¬icia=67641>
- Amat, A. (22 de Agosto de 2014). *Acerca de nosotros: gestionpyme.com*. Obtenido de gestionpyme.com Web site: <http://gestionpyme.com/las-10-habilidades-comunicativas-que-un-emprendedor-debe-dominar/>
- Amores, R. (17 de Junio de 2015). *Acerca de nosotros: gestionempresarial4.wordpress.com*. Obtenido de gestionempresarial4.wordpress.com Web site: <https://gestionempresarial4.wordpress.com/perfil-del-emprendedor/>
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. 6ta. Edición*. Caracas: Episteme.
- Bada, L. R. (12 de Abril de 2013). *Acerca de nosotros: academia.edu*. Obtenido de academia.edu Web site: https://www.academia.edu/14915418/tipolog%C3%8das_Y_modelos_de_Cadenas_Poductivas
- Barón, L. (24 de Diciembre de 2013). *Acerca de nosotros: mercadeoglobal.com*.

- Obtenido de mercadeoglobal.com Web site: <https://mercadeoglobal.com/blog/las-habilidades-del-emprendedor/>
- Beltrán, J. (13 de Mayo de 2013). *Acerca de nosotros: dspace.uniandes.edu.ec*. Obtenido de dspace.uniandes.edu.ec Web site: <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/4398/1/TUAADM022-2013.pdf>
- Bereinstein, M. (22 de Febrero de 2015). *Acerca de nosotros: emprendedoresnews.com*. Obtenido de emprendedoresnews.com Web site: <http://emprendedoresnews.com/editorial/mi-opinion-el-emprendedor-necesita-conocer-el-secreto-de-la-felicidad.html>
- Betancourt, A., & Navarro, H. (2013). *Las Cadenas Productivas, Estrategia de Desarrollo Empresarial Para el Municipio de Tamuín, San Luis Potosí*. Madrid: Revista Academica de Investigacion.
- Bolaños, R. (2006). *Detonantes de Emprendimiento*. Mexico .
- Brandt, C. (19 de Abril de 2015). *Acerca de nosotros: emprende.edu.ve*. Obtenido de [emprende.edu.ve](http://www.emprende.edu.ve) Web site: <http://www.emprende.edu.ve/emprendedores/14-articulos-emprendedores/62-emprendimiento-y-desarrollo-economico-chbrandt>
- Brown, L. (2014). *Comercializacion y analisis de mercado*. Argentina.
- Bucardo, A., & Saavedra, M. (10 de Abril de 2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma De Negocios*, 6(13), 107. doi:DOI: 10.1016/j.sumneg.2015.08.009
- Cabrera, F. (12 de Febrero de 2015). *Acerca de nosotros: sistemascomplejos.cl*. Obtenido de [sistemascomplejos.cl](http://www.sistemascomplejos.cl) Web site: <http://www.sistemascomplejos.cl/wp-content/uploads/2012/04/CLUSTERS-ISCV.pdf>
- Cadena, M. (15 de Noviembre de 2015). *Acerca de nosotros: addac.org.ni*. Obtenido de [addac.org.ni](http://www.addac.org.ni) Web site: <http://www.addac.org.ni/paginas/desarrollo-productivo-y-comercializacion/?m=25>
- Caf. (05 de Mayo de 2014). *Acerca de nosotros: caf.com*. Obtenido de [caf.com](http://www.caf.com) Web

site: <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2014/05/que-es-la-transformacion-productiva/?parent=13990>

Calzadecuador. (11 de Agosto de 2014). *Acerca de nosotros: calzadecuador.com*.
Obtenido de calzadecuador.com Web site:
<http://www.calzadecuador.com/noticias/7-ambato-le-saca-provecho-a-la-fabricacion-de-calzado>

Camara de industrias de Tungurahua. (19 de Enero de 2015). *Acerca de nosotros: camaradeindustriasdetungurahua.wordpress.com*.
Obtenido de camaradeindustriasdetungurahua.wordpress.com Web site:
<https://camaradeindustriasdetungurahua.wordpress.com/2016/03/07/tungurahua-abarca-el-44-de-produccion-en-calzado-ecuatoriano/>

Camara de Industrias de Tungurahua. (19 de Junio de 2016). *Acerca de nosotros: camaradeindustriasdetungurahua.wordpress.com*.
Obtenido de camaradeindustriasdetungurahua.wordpress.com Web site:
<https://camaradeindustriasdetungurahua.wordpress.com/2016/03/07/industria-textil-tercera-en-generacion-de-empleo-en-tungurahua/>

Cardona, M., & Escobar, S. (23 de Mayo de 2012). Innovación en la Transformación Productiva Industrial: Aportes a la Discusión. *Scielo*, 15(31), 130. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/seec/v15n31/v15n31a6.pdf>

Cardona, M., Vera, L., & Tabarez, J. (2008). *Las Dimensiones del Emprendimiento Empresarial*. Medellín: Universidad EAFIT.

Castro, M. (17 de Marzo de 2014). *Acerca de nosotros: emprendedores.es*. Obtenido de emprendedores.es Web site: <http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/que-es-ecosistema-emprendedor>

Cuatrecasas, L. (2012). *Gestion de la Produccion*. Madrid: Diaz de Santos .

De la fuente, D., & Quesada, I. (2014). *Distribución en planta*. Madrid: Universo de Oviedo.

Dehter, M. (13 de Julio de 2009). *Acerca de nosotros: mariodehter.com*. Obtenido de mariodehter.com Web site: http://mariodehter.com/aprender/que-es-la-formacion-de-emprendedores_3303/

- Díaz, J. (4 de Octubre de 2012). *Acerca de nosotros: negociosyemprendimiento.org*.
Obtenido de negociosyemprendimiento.org Web site:
<http://www.negociosyemprendimiento.org/2012/10/steve-jobs-el-emprendedor-que-cambio-el-mundo.html>
- Duarte, T., & Ruiz, M. (5 de Diciembre de 2013). *Emprendimiento, Una Opción Para el Desarrollo*. (T. Duarte, & M. Ruiz, Edits.) *Scientia et Technica*, I(43), 331.
Recuperado el 17 de Abril de 2017, de
<http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/660/emprendimiento%20una%20opcion-para-desarrollo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Economia. (17 de Enero de 2017). *Acerca de nosotros: economiaenjeep.blogspot.com*.
Obtenido de economiaenjeep.blogspot.com Web site:
<http://economiaenjeep.blogspot.com/2016/11/como-ha-evolucionado-la-productividad.html>
- Economia.gob. (2015). *Estrategia para Financiamiento de las PYMES y el Emprendimiento*. Informe Final, inisterio de Economía y Fomento, Santiago de Chile. Obtenido de <http://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2015/09/Informe-Final-Estrategia-para-Financiamiento-de-las-Pymes-y-el-Emprendimiento.pdf>
- Educa. (19 de Mayo de 2015). *Acerca de nosotros: educaweb.com*. Obtenido de educaweb.com Web site:
<http://www.educaweb.com/contenidos/laborales/nuevas-profesiones/competencias-profesionales/>
- El telegrafo. (26 de Abril de 2015). *Acerca de nosotros: eltelegrafo.com.ec*. Obtenido de eltelegrafo.com.ec Web site:
<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/el-326-de-ecuatorianos-son-emprendedores>
- El telegrafo. (28 de Junio de 2016). *Acerca de nosotros: eltelegrafo.com.ec*. Obtenido de eltelegrafo.com.ec Web site:
<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/1/ecuador-avanza-en-el-uso-de-tecnologias-de-la-informacion>
- El Telegrafo. (29 de Agosto de 2016). *Acerca de nosotros: eltelegrafo.com.ec*. Obtenido

- de eltelegrafo.com.ec Web site:
<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/mipymes-son-el-resultado-del-fomento-productivo>
- El Telegrafo. (19 de Enero de 2017). *Acerca de nosotros: eltelegrafo.com.ec*. Obtenido de eltelegrafo.com.ec Web site:
<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/ministerio-de-industrias-apoya-y-capacita-a-los-emprendedores>
- Eltelegrafo. (19 de Marzo de 2017). *Acerca de nosotros: eltelegrafo.com.ec*. Obtenido de eltelegrafo.com.ec Web site:
<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/septimo-dia/51/538-863-empleos-surgieron-desde-junio-de-2015>
- Emprendedores. (12 de Mayo de 2015). *Acerca de nosotros: emprendedores.cl*. Obtenido de emprendedores.cl Web site:
<http://www.emprendedores.cl/comunidad/articulos/370/que-es-el-emprendimiento-innovador>
- Erosa, V. (2014). *Formacion del Emprendedor*. Mexico: Universidad Juarez autonoma de Tabasco.
- Escob, W. (17 de Abril de 2015). *Acerca de nosotros: emprende.co*. Obtenido de emprende.co Web site: <http://mprende.co/emprendimiento/marco-legal-para-la-pol%C3%ADtica-nacional-de-emprendimiento>
- García, A., & Parra, D. R. (2013). *Nuevas tecnologías para la producción periodística*. Madrid: Siranda editorial.
- García, I. (2 de Junio de 2014). *Scerca de nosotros: emprendedores.es*. Obtenido de emprendedores.es web site: <http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/que-es-ecosistema-emprendedor>
- Gaspar, B. (14 de Septiembre de 2014). *Acerca de nosotros: entrepreneur.com*. Obtenido de entrepreneur.com Web site:
<https://www.entrepreneur.com/article/263578>
- Gestion de Operaciones . (18 de 08 de 2015). Obtenido de <http://www.gestiondeoperaciones.net/procesos/el-proceso-de-transformacion->

de-insumos-en-productos-o-servicios/

- Gil, S. (12 de Junio de 2013). *Acerca de nosotros: economipedia.com*. Obtenido de economipedia.com Web site: <http://economipedia.com/definiciones/cluster-economico.html>
- Godoy, A. (10 de Mayo de 2014). *Acerca de nosotros: shopify.es*. Obtenido de shopify.es Web site: <https://www.shopify.es/blog/emprendedor-o-trabajador-autonomo>
- Gordillo, E. (13 de Mayo de 2014). *Acerca de nsotros: noticias.universia.com.ar*. Obtenido de noticias.universia.com.ar Web site: <http://noticias.universia.com.ar/tiempo-libre/noticia/2014/01/20/1075777/creatividad-innovacion-emprendimiento-donde-esta-diferencia.html>
- Hardvard Business School. (14 de Enero de 2016). *Acerca de nosotros: clustereconomico.wordpress.com*. Obtenido de clustereconomico.wordpress.com Web site: <https://clustereconomico.wordpress.com/2008/12/08/ejemplo-de-cluster-internacional/>
- Heilman, M. (17 de Abril de 2001). Descripción y prescripción: cómo los estereotipos de género previenen el ascenso de la mujer hasta la escalera organizacional. *Social Issues*, 57(4), 657-674. doi:10.1111 / 0022-4537.00234
- Herrera, H. (2008). Investigación sobre redes sociales y emprendimiento. *Redalyc*, 1(86), 128-139. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/818/81819022003/>
- Herrera, J. (14 de Junio de 2015). *Acerca de nosotros: econlink.com.ar*. Obtenido de econlink.com.ar: <http://www.econlink.com.ar/economia/clusters/clusters.shtml>
- Hofstede, G. (19 de Febrero de 1998). Cultura nacional. *Itim*, 3-28. Recuperado el 09 de Julio de 2017, de <https://geert-hofstede.com/national-culture.html>
- Hofsteede, G. (17 de Marzo de 2003). Consecuencias de la cultura: Comparación de valores, comportamientos, instituciones y organizaciones Across Nations. (I. SAGE Publications, & E. 2. 2003), Edits.) *Amazon*. Recuperado el 09 de Julio

de 2017, de <https://www.amazon.es/Cultures-Consequences-Comparing-Institutions-Organizations/dp/0803973241>

Inec. (22 de Abril de 2010). *Acerca de nosotros: ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de [ecuadorencifras.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec) Web site: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

INEC. (19 de Febrero de 2017). *Acerca de nosotros: industrias.gob.ec*. Obtenido de [industrias.gob.ec](http://www.industrias.gob.ec) Web site: <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/09/Desarrollo-de-cadenas-productivas-encadena-Ecuador.pdf>

Jiménez, M. (25 de Agosto de 2016). El desarrollo local y los sistemas de encadenamientos productivos en el sur de Tlaxcala, México. (D. L. Casas, Ed.) *Estudios regionales en economía, población y desarrollo*, I(34), 58. Recuperado el 04 de Mayo de 2017, de <http://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/estudiosregionales/article/view/1537/1355>

Kirby, D. (16 de Agosto de 2013). Educación para el espíritu empresarial: ¿pueden las escuelas de negocios afrontar el desafío? *Educación + Formación*, 46(8/9), 510-519. doi:doi.org/10.1108/00400910410569632

Kirsner, I. (2015). Perception, Opportunity, and Profit: Studies in the Theory of Entrepreneurship. (U. o. Press, & P. e. 1979), Edits.) *Perception*, 274.

Knight, R. (2012). *Risk, unsertanty and profit*. Ney York: Reprint of económico classics.

La Hora. (Agosto de 2012). *La hora*.

La Hora. (22 de Febrero de 2016). *Acerca de nosotros: lahora.com.ec*. Obtenido de lahora.com.ec Web site: http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101917714/-1/Tungurahua_entre_las_provincias__que_m%C3%A1s_empresas_concentran_.html#.WRJNL_k1_IU

Lasio, V. (25 de Abril de 2014). *Acerca denosotros: eltelegrafo.com.ec*. Obtenido de eltelegrafo.com.ec Web site:

<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/el-326-de-ecuatorianos-son-emprendedores>

Manzano, Y. (22 de Agosto de 2016). *Acerca de nosotros: repository.unimilitar.edu.co*. Obtenido de repository.unimilitar.edu.co Web site:

<http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/14605/1/ManzanoSanchezYuliedEliana.pdf>

Medina, O. (22 de Julio de 2014). *Acerca de nosotros: diccionarioactual.com*. Obtenido de diccionarioactual.com Web site:
<https://diccionarioactual.com/variabilidad/>

Mendoza, J. (2 de Enero- Junio de 2012). Gestión de cadenas productivas. *Revista Pensamiento Americano*, 2(2), 51-56. Recuperado el 09 de Mayo de 2017, de <http://www.coruniamericana.edu.co/publicaciones/ojs/index.php/pensamientoamericano/article/viewFile/21/20>

Ministerio coordinador de producción y empleo. (18 de Enero de 2017). *Acerca de nosotros: produccion.gob.ec*. Obtenido de produccion.gob.ec Web site:
<http://www.produccion.gob.ec/el-crecimiento-economico-y-productivo-de-ecuador-es-inclusivo-y-democratico/>

Ministerio de Economía. (11 de Agosto de 2013). *Acerca de nosotros: conamype.gob.sv*. Obtenido de conamype.gob.sv Web site:
<http://www.conamype.gob.sv/wp-content/uploads/2014/08/Poli%CC%81tica-de-Emprendimiento.pdf>

Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información. (22 de Febrero de 2017). *Acerca de nosotros: telecomunicaciones.gob.ec*. Obtenido de telecomunicaciones.gob.ec Web site:
<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/presidente-rafael-correa-destaco-el-crecimiento-de-la-conectividad-en-el-ecuador/>

Monroy, R. (22 de Julio de 2012). *Acerca de nosotros: konradlorenz.edu.co*. Obtenido de konradlorenz.edu.co Web site:
http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma_negocios_working_papers/2012-v2-n1/04_textil_moda.pdf

- Monroy, R. (19 de Marzo de 2013). Estrategias e innovación del clúster textil. *Konrad Lorenz*(2), 103. Recuperado el 10 de Junio de 2017, de http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma_negocios_working_papers/2012-v2-n1/04_textil_moda.pdf
- Montes, G. (17 de Agosto de 2013). *Acerca de nosotros: emprendepyme.net*. Obtenido de emprendepyme.net Web site: <http://www.emprendepyme.net/tipos-de-emprendedores.html>
- Mora, R. (s.f.). *Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon las empresas*. Bogota.
- Morales, L. (12 de Abril de 2015). *Acerca de nosotros: repositorio.uta.edu.ec*. Obtenido de repositorio.uta.edu.ec: <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/16280/1/T3185e.pdf>
- Muñoz, N. (18 de Octubre de 2014). *Acerca de nosotros: hazte-oir.com*. Obtenido de hazte-oir.com Web site: <https://hazte-oir.com/reflexiones-emprendedor-ambicioso/>
- Nuñez, M. (11 de Abril de 2014). *Acerca de nosotros: empenautas.net/index.php*. Obtenido de empenautas.net/index.php Web site: <http://www.empenautas.net/index.php/comportamientoemprendedor/691-el-emprendedor-y-la-oportunidad>
- Orrego, C. (2008). La Dimensión Humana del Emprendimiento. *Ciencias Estratégicas*, 16(20), 225 - 235. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/1513/151312829001/>
- Ostos, M. (14 de Julio de 2014). *Acerca de nosotros importancia.org*. Obtenido de importancia.org web site: <https://www.importancia.org/produccion.php>
- Ovitt, M., & McDoudall, J. (2005). *La internacionalizacion de las empresas*. Madrid: Pearson.
- Pérez, J. (14 de Abril de 2015). *Acerca de nosotros: asesoriatesis1960.blogspot.com*. Obtenido de asesoriatesis1960.blogspot.com Web site: <http://asesoriatesis1960.blogspot.com/2014/07/coeficiente-alfa-de-cronbach.html>

- Pfeilstetter, R. (17 de Junio de 2011). El emprendedor. Una reflexión crítica sobre usos y significado actuales de concepto. (R. Pfeilstetter, Ed.) *Gazeta de Antropología*, 1(16), 11. Recuperado el 17 de Abril de 2017, de http://www.ugr.es/~pwlac/G27_16Richard_Pfeilstetter.pdf
- Porter, M. (1999). *Competição: estratégias competitivas essenciais* (Vol. 13). Rio de Janeiro, Brasil: Elsevier. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=SMfDDZCuCIEC&printsec=frontcover&dq=michael+porter+1999&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjtllobay5nXAhXM8YMKHUbCVMQ6AEIJTA#v=onepage&q=michael%20porter%201999&f=false>
- Practicalteam. (14 de Abril de 2016). *Acerca de nosotros: practicalteam.com*. Obtenido de practicalteam.com Web site: <http://www.practicalteam.com/blog/cluster-definicion-objetivos-y-aspectos-fundamentales-de-esta-herramienta-competitiva/>
- Produccion.gob.ec. (14 de Julio de 2013). *Acerca de nosotros: produccion.gob.ec*. Obtenido de produccion.gob.ec Web site: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/Agenda-Territorial-Tungurahua.pdf>
- Proecuador.gob.ec. (13 de Mayo de 2016). *Acerca de nosotros: proecuador.gob.ec*. Obtenido de proecuador.gob.ec Web site: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/Proec_as2012_textiles.pdf
- Prosec. (12 de Julio de 2015). *Acerca de nosotros: prosec.com.mx*. Obtenido de prosec.com.mx Web site: <http://www.prosec.com.mx/tcluster.html>
- Quevedo, L., Izar, J., & Romo, L. (22 de Marzo de 2014). Factores endógenos y exógenos de mujeres y hombres emprendedores de España, Estados Unidos, y Mexico. (L. Quevedo, & J. R. Izar, Edits.) *Investigación y Ciencia*, 18(46), 63. Recuperado el 18 de Abril de 2017, de https://www.researchgate.net/profile/Juan_Izar/publication/45404358_Factores_endogenos_y_exogenos_de_mujeres_y_hombres_emprendedores_de_Espana_Estados_Unidos_y_Mexico/links/00463525c79f316c67000000.pdf
- Ramón, G. (2014). Correlación entre variables Apuntes de clase del curso Seminario Investigativo VI. 3. Recuperado el 09 de Agosto de 2017, de

http://viref.udea.edu.co/contenido/menu_alterno/apuntes/ac36-correlacion-variables.pdf

Redeamerica. (5 de Julio de 2016). *Acerca de nosotros: redeamerica.org*. Obtenido de redeamerica.org Web site: <http://www.redeamerica.org/Noticia-detalle/ArtMID/2470/ArticleID/1064/Las-Cadenas-Productivas-concepto-elementos-y-barreras>

Redemprendia. (04 de Febrero de 2015). *Acerca de nosotros: redemprendia.org*. Obtenido de redemprendia.org Web site: <https://www.redemprendia.org/es/actualidad/noticias/crece-el-emprendimiento-en-el-mundo-segun-el-informe-gem-presentado-en-el-tecnologico-de-monterrey>

Revista lideres. (22 de Enero de 2017). *Acerca de nosotros: revistalideres.ec*. Obtenido de revistalideres.ec Web site: <http://www.revistalideres.ec/lideres/meta-recuadacion-impuestos-liquidez-salvaguardias.html>

Revista lideres. (9 de Enero de 2017). *Acerca de nosotros: revistalideres.ec*. Obtenido de revistalideres.ec Web site: <http://www.revistalideres.ec/lideres/especial-emprendimiento-jovenes-negocios-dificultades.html>

Rivera Bobadillo, P. L. (2017). *Competencias ecenciales del emprendedor*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.

Rodriguez, A. (26 de Junio de 2012). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. (A. Rodriguez, Ed.) *Pensamiento & Gestión*, I(26), 45. Recuperado el 17 de Abril de 2017, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762009000100005&script=sci_arttext&tlng=pt

Rosales, J. (2012). *Elementos de Microeconomía*. Madrid: EUNED.

Ruiz, J. (2012). *Teoría y práctica de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Rutasycadenas. (19 de Julio de 2013). *Acerca de nosotros: rutasycadenas.com*. Obtenido de rutasycadenas.com Web site: <http://rutasycadenas.com/que-son->

las-rutas-y-cadenas-productivas/

Schumpeter, J. (2003). *Capitalism, Socialism and Democracy*. London. Recuperado el 10 de Julio de 2017, de <http://cnqzu.com/library/Economics/marxian%20economics/Schumpeter,%20Joese-ph-Capitalism,%20Socialism%20and%20Democracy.pdf>

Secretaria Nacional de Economia Popular y Solidaria. (12 de Abril de 2013). *Acerca de nosotros: seps.gob.ec*. Obtenido de seps.gob.ec Web site: <http://www.seps.gob.ec/documents/20181/26626/boletin%20junio%20II.pdf/996ccf75-21c6-41a5-877b-1889f957c31b>

Seminarioumg. (16 de Julio de 2015). *Acerca de nosotros: seminarioumg14.weebly.com*. Obtenido de seminarioumg14.weebly.com Web site: http://seminarioumg14.weebly.com/uploads/4/2/1/7/42171767/emprendimiento_empresarial.pdf

Silva, A. (25 de Mayo de 2013). *Acerca de nosotros: allanucatse.files.wordpress.com*. Obtenido de allanucatse.files.wordpress.com Web site: <https://allanucatse.files.wordpress.com/2011/01/tipo-de-muestreo.pdf>

Timmons. (2013). *Entrepreneurial thinking: can entrepreneurship be taught?* Madrid: UOC.

Torroba, L. (14 de Mayo de 2014). *Acerca de nosotros secure.orkund.com*. Obtenido de secure.orkund.com Web site: <https://secure.orkund.com/view/29656777-227654-935796#HdLNbtswEEXhd/GaKKTL/7xKkUURNIEXzSbLou/ej4E8Fsk5GMnn+u/jz9fj5edV7nL7uk6dZVRVTXU11FSr3NoH/b7DbtgNu2H3ae9yjpgMJJGcNCSSQmBSTAg1Uq0IrtJ41rMIqrGrbNu2m3bTb2Ws37WZKM6XBHHVYh3UP7NB+zmAd1mEdZjtgAzZgAzZMHNBxetABH>

Torroba, L. (17 de Mayo de 2014). *Acerca de nosotros: /repositorio.comillas.edu*. Obtenido de repositorio.comillas.edu : <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/61/TFG000007.pdf?sequence=1>

Trader, F. (14 de Abril de 2012). *Acerca de nosotros: emprendices.co*. Obtenido de

emprendices.co Web site: <https://www.emprendices.co/despertar-el-emprendedor-que-llevamos-dentro-como-la-gente-comun-puede-crear-companias-extraordinarias-por-michael-gerber/>

Tungurahua. (14 de Enero de 2015). *Acerca de nosotros: tungurahua.gob.ec*. Obtenido de tungurahua.gob.ec Web site: <http://www.tungurahua.gob.ec/index.php/informativo-hgpt/principales/681-las-cadenas-productivas-conpapa-pacat-y-copracuy-fortalecen-la-comercializacion-asociativa>

Universia Holding. (10 de Abril de 2013). *Acerca de nosotros: noticias.universia.es*. Obtenido de noticias.universia.es Web site: <http://noticias.universia.es/en-portada/noticia/2013/04/10/1015819/resultados-informe-gem-espana-2012.html>

Urbano, D., & Toledano, N. (2013). *Invitacion del Emprendimiento*. Barcelona: Editorial UOC.

Velasco, C. (30 de Enero de 2012). *Acerca de nosotros: coyunturaeconomica.com*. Obtenido de coyunturaeconomica.com Web site: <http://coyunturaeconomica.com/emprendedores/dificultades-del-emprendedor>

Vertice, S. (2014). *La calidad del servicio al cliente*. España: Editorial Vertice.

Williams, E. (14 de Agosto de 2015). *Acerca de nosotros: klandestinos.wordpress.com*. Obtenido de klandestinos.wordpress.com Web site: <https://klandestinos.wordpress.com/2008/04/19/%C2%BFque-es-un-cluster-turistico-%C2%BFy-para-que-sirve/>

Zorrilla, S. (2011). *Como aprender economia conceptos básicos*. Mexico: Limusa. Recuperado el 04 de Mayo de 2017

10. ANEXOS

Anexo 1: Encuesta a la ciudadanía de la provincia de Tungurahua.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

Facultad de Ciencias Administrativas

OBJETIVO: Determinar cuáles son las dimensiones del emprendedor en las cadenas productivas de Tungurahua.

Agradecemos por el tiempo asignado para contestar este cuestionario, a su vez cabe indicar que esta información será utilizada estrictamente para fines académicos y se mantendrá absoluta reserva.

DATOS GENERALES

GÉNERO	EDAD	NIVEL DE INSTRUCCIÓN	SECTOR
<input type="checkbox"/> Masculino	<input type="checkbox"/> Menor de 20	<input type="checkbox"/> Primaria	<input type="checkbox"/> Comunitario
<input type="checkbox"/> Femenino	<input type="checkbox"/> 21 a 30	<input type="checkbox"/> Secundaria	<input type="checkbox"/> Asociativo
	<input type="checkbox"/> 31 a 40	<input type="checkbox"/> Tercer nivel	<input type="checkbox"/> Cooperativo
	<input type="checkbox"/> 41 a 50	<input type="checkbox"/> Cuarto nivel	<input type="checkbox"/> Privado (Emprendimiento unipersonal, familiar, artesanal)
	<input type="checkbox"/> Mayor de 50		<input type="checkbox"/> Público

NOMBRE DE LA EMPRESA:

NOMBRE DEL PROPIETARIO:

CANTÓN: NÚMERO DE
CELULAR:

4. EL EMPRENDEDOR

4.1. A su criterio ¿Los emprendedores nacen por oportunidad o por necesidad?

<input type="checkbox"/> Oportunidad	<input type="checkbox"/> Necesidad	¿Por qué?
↓	↓	
Opción para mejorar sus ingresos	Estrategia de supervivencia	

4.2. ¿Usted se considera un emprendedor?

<input type="checkbox"/> Formal	<input type="checkbox"/> Informal	¿Por qué?
---------------------------------	-----------------------------------	-----------------

4.3. A su criterio ¿el éxito de un emprendedor está ligado a su formación académica?

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

4.4. De las siguientes opciones enumere en orden de importancia los siguientes aspectos fundamentales para emprender un negocio (desde 1 hasta 7; siendo 1 Completamente importante, 7 Nada importante)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Financiamiento | <input type="checkbox"/> Asistencia técnica en planes de negocios |
| <input type="checkbox"/> Programas de redes de apoyo | <input type="checkbox"/> Incentivos fiscales |
| <input type="checkbox"/> Apoyos gubernamentales | <input type="checkbox"/> Capacitación en emprendimiento |
| <input type="checkbox"/> Asociatividad | <input type="checkbox"/> Otra..... |

DIMENSIONES DEL EMPRENDEDOR EN LAS CADENAS PRODUCTIVAS DE TUNGURAHUA

MACRO ENTORNO	Nada Satisfactorio 1	Poco Satisfactorio 2	Satisfactorio 3	Muy Satisfactorio 4	Ampliamente Satisfactorio 5
2.5.1.1 ¿Cómo califica el nivel de empleo generado en las cadenas productivas de Tungurahua?					
2.5.1.2 ¿Cómo califica la productividad y las iniciativas emprendedoras en los emprendimientos que participan en las cadenas productivas en Tungurahua?					
2.5.1.3 ¿Cómo califica a la política nacional de apoyo a los emprendimientos que participan en las cadenas productivas?					
2.5.1.4 ¿Cómo califica a la política local de apoyo a los emprendimientos que participan en las cadenas productivas?					
2.5.1.5 ¿Cómo califica los incentivos tributarios a los emprendimiento que participan en las cadenas productivas?					
2.5.1.6 ¿Cómo califica las políticas de incentivo a las importaciones ?					
2.5.1.7 ¿Cómo califica las políticas de incentivo a las exportaciones ?					
2.5.1.8 ¿Cómo califica los servicios del sector financiero ?					
2.5.1.9 ¿Cómo califica la infraestructura vial en el Ecuador?					
2.5.1.10 ¿Cómo califica los costos de energía eléctrica en el Ecuador?					
2.5.1.11 ¿Cómo califica los servicios de conectividad en el Ecuador?					
MICRO ENTORNO	Nada Satisfactorio 1	Poco Satisfactorio 2	Satisfactorio 3	Muy Satisfactorio 4	Ampliamente Satisfactorio 5
2.5.2.1 ¿Cómo califica la participación de los centros de apoyo en las cadenas productivas de Tungurahua?					
2.5.2.2 ¿Cómo califica la asociatividad en las cadenas productivas de Tungurahua?					
2.5.2.3 ¿Cómo califica la cooperación en las cadenas productivas de Tungurahua?					
2.5.2.4 ¿Cómo califica el nivel de participación en las cadenas productivas de Tungurahua?					
2.5.2.5 ¿Cómo califica el uso de las tecnologías de información y comunicación en las cadenas productivas?					
2.5.2.6 ¿Cómo califica usted los sistemas de capacitación y asistencia por parte del gobierno local?					
2.5.2.7 ¿Cómo califica las competencias de los mandos directivos de los emprendimientos o empresas que participan en las cadenas productivas?					
2.5.2.8 ¿Cómo califica las competencias de los mandos medios de los emprendimientos o empresas que participan en las cadenas productivas?					
2.5.2.9 ¿Cómo califica la mano de obra de los emprendimientos o empresas en las cadenas productivas?					
2.5.2.10 ¿Cómo califica el sistema de distribución en las cadenas productivas de Tungurahua?					
2.5.2.11 ¿Cómo califica el sistema de acopio en las cadenas productivas de Tungurahua?					
2.5.2.12 ¿Cómo califica el sistema de innovación en las cadenas productivas de Tungurahua?					

¡Gracias por su colaboración!