

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**“¿Cómo Influye la Asociatividad Empresarial en el
crecimiento de las microempresas?”**

AUTORES:

**Alemán Ramos, Andrea Carolina
Zambrano Saltos, Homero Raúl**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de
INGENIERO COMERCIAL**

TUTOR:

Murillo Delgado, Erick Paul MAE

**Guayaquil, Ecuador
22 de Marzo del 2017**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Alemán Ramos, Andrea Carolina y Zambrano Saltos, Homero Raúl**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero Comercial**.

TUTOR

Murillo Delgado, Erick Paul MAE.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Balladares Calderón, Esther Georgina, Mgs.

Guayaquil, a los 22 días del mes de Marzo del año 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **Alemán Ramos, Andrea Carolina y
Zambrano Saltos, Homero Raúl**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación, **¿Cómo Influye la Asociatividad Empresarial en el crecimiento de las microempresas?** previo a la obtención del Título de **Ingeniero Comercial**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 22 días del mes de Marzo del año 2017

LOS AUTORES,

Alemán Ramos, Andrea Carolina

Zambrano Saltos, Homero Raúl



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Alemán Ramos, Andrea Carolina y
Zambrano Saltos, Homero Raúl**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **¿Cómo Influye la Asociatividad Empresarial en el crecimiento de las microempresas?** cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 22 días del mes de Marzo del año 2017

LOS AUTORES,

Alemán Ramos, Andrea Carolina

Zambrano Saltos, Homero Raúl

REPORTE URKUND

URKUND	
Documento	Aleman Zambrano Tutor Murillo.docx (D26134819)
Presentado	2017-03-02 21:32 (-05:00)
Presentado por	paulmurillo@yahoo.com
Recibido	paulmurillo.ucsg@analysis.orkund.com
Mensaje	tesis Mostrar el mensaje completo 1% de esta aprox. 41 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 2 fuentes.

ALEMÁN RAMOS ANDREA CAROLINA
AUTOR DEL PROYECTO DE GRADUACION

ZAMBRANO SALTOS HOMERO RAÚL
AUTOR DEL PROYECTO DE GRADUACION

Ing. MURILLO DELGADO ERICK PAUL, MAE.
PROFESOR TUTOR REVISOR DEL PROYECTO DE GRADUACION

Agradecimiento

Le agradezco a Dios el padre de todo por darme paciencia, sabiduría para poder llegar a culminar este proyecto, a mi familia más que todo a mi papa que sin la ayuda de él no habría sido posible en culminar mis estudios.

Andrea Carolina Alemán Ramos

Agradecimiento

Le agradezco a Dios por darme la fuerza y las ganas de seguir adelante en mis estudios, a mis padres por darme su apoyo y la motivación para seguir adelante, sobre todo a mi madre por estar siempre a mi lado en los buenos y malos momentos, brindándome su amor y comprensión.

Homero Raúl Zambrano Saltos

Dedicatoria

Dedico este proyecto a Dios, a mí Papa Julio y mi Mama que son el motor para seguir adelante, los que me han llevado de la mano en cada paso que eh dado y a la vez también le agradezco a mi tío Daniel por las fuerzas y los consejos permanentes que me mantienen centrada y fuerte.

Andrea Carolina Alemán Ramos

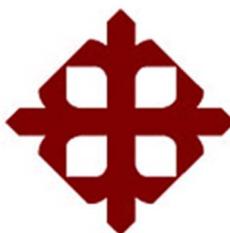
Dedicatoria

Dedico este proyecto de tesis principalmente a Dios, ya que él ha sido mi guía día a día en cada paso que doy, dándome la fortaleza y cuidándome para continuar, además por permitirme culminar mis estudios universitarios.

A mis padres por ser uno de los pilares fundamentales en mi vida y por su apoyo incondicional a lo largo de esta trayectoria, en que conmigo compartieron alegrías y tristezas y ahora este triunfo de realizar mi proyecto de titulación.

A mis amigos y amigas por darme su apoyo y alegrías, al compartir conmigo esta trayectoria universitaria.

Homero Raúl Zambrano Saltos



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

Ing. Erick Paul, Murillo Delgado,, MAE
TUTOR

Ing. Esther Georgina, Balladares Calderón, Mgs.
DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Freddy Ronalde Camacho Villagómez Ph. D (c)
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Guayaquil 22 de Marzo de 2017.

Ingeniero

Freddy Camacho

COORDINADOR UTE B-2016

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

En su despacho.

De mis Consideraciones:

Ing. Murillo Delgado, Erick Paul, MAE, Docente de la Carrera de Administración, designado TUTOR del proyecto de grado **Alemán Ramos Andrea Carolina**, cumple en informar a usted, señor Coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto avalo el trabajo presentado por el estudiante, titulado **¿Cómo Influye la Asociatividad Empresarial en el crecimiento de las microempresas?** por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades.

Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 1% de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre B-2016 a mi cargo, en la que me encuentra(o) designada (o) y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación “**¿Cómo Influye la Asociatividad Empresarial en el crecimiento de las microempresas?**” somos el Tutor **Ing. Erick Paul Murillo Delgado** y la Srta **Alemán Ramos Andrea Carolina** y eximo de toda responsabilidad a el coordinador de titulación y a la dirección de carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: **9/10, nueve sobre diez.**

Atentamente,

Alemán Ramos Andrea Carolina

ESTUDIANTE

Ing. Murillo Delgado, Erick Paul, MAE

PROFESOR TUTOR-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN

Guayaquil 22 de Marzo del 2017.

Ingeniero

Freddy Camacho

COORDINADOR UTE B-2016

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

En su despacho.

De mis Consideraciones:

Ingeniero **Ing. Murillo Delgado, Erick Paul, MAE**, Docente de la Carrera de Administración, designado TUTOR del proyecto de grado **Zambrano Saltos Homero Raúl**, cumple informar a usted, señor Coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto avalo el trabajo presentado por el estudiante, titulado **¿Cómo Influye la Asociatividad Empresarial en el crecimiento de las microempresas?** por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades.

Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 1% de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre B-2016 a mi cargo, en la que me encuentra(o) designada (o) y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación “**¿Cómo Influye la Asociatividad Empresarial en el crecimiento de las microempresas?**” somos el Tutor **Ing. Erick Paul Murillo Delgado** y la Sr. **Zambrano Saltos Homero Raúl** y eximo de toda responsabilidad a el coordinador de titulación y a la dirección de carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: **9/10, nueve sobre diez.**

Atentamente,

Zambrano Saltos Homero Raúl

ESTUDIANTE

Ing. Murillo Delgado, Erick Paul, MAE

PROFESOR TUTOR-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN

RESUMEN

Lo que se quiere demostrar en el proyecto es que se puede desarrollar y crecer las MIPYMES de una manera ordenada y estable con diferentes estrategias como lo es la asociatividad que permite a los pequeños negocios, puedan estructurarse y formarse de una manera más adecuada y a la vez se puedan transformar de micro negocios a pequeños o medianos negocios, permitiendo a sus dueños muchas ventajas de crecimiento tanto económicos como personal y de esta manera ayudar a la economía del país y a la sociedad teniendo la posibilidad de ofrecer mayor cantidad de empleos, este tipo de estrategia si se realizan de la manera adecuado y con las indicaciones que se destacan o muestran en este trabajo va a dar muy buenos resultados pero todo con su respectivo orden. El cambio en un negocio se tiene que hacer de la mejor manera el cual te permita avanzar como empresario.

Palabras claves: Asociatividad, estrategias, Pymes, Encadenamiento, Clúster, Posicionamiento de mercado

Índice General

Índice Tablas	xvii
Índice de Figura.....	xviii
Introducción	19
Problemática.....	20
Justificación.....	20
Objetivos General.....	21
Objetivos Específicos.....	21
Metodología de trabajo a Utilizar	21
Supuestos	22
Limitaciones.....	22
Delimitación.....	22
CAPITULO 1	23
1. Marco Teórico.....	23
1.1. Historia	23
1.2. PYMES.....	24
1.3. Las MIPYMES	25
1.3.1. Características de las MYPYMES	25
1.4. Las MYPES en Latinoamérica:	26
1.4.1. La problemáticas de las MYPES en Latinoamérica.....	28
1.5. Pymes ecuatorianos	30
1.6. Factores que afectan la Productividad de las MIPYMES	37
1.7. Estrategias para el crecimiento de las MIPYMES	40
1.8. Asociatividad en las MIPYMES	41
1.8.1. Las etapas de la Asociatividad.	42
1.8.2. Obstáculos que se presentan en la Asociatividad en las MYPYMES.....	44
1.8.3. Beneficios de un modelo Asociativo en las MIPYMES	45
1.9. Estrategia Clúster	49
1.9.1. Curva de Evolución.....	50
1.10. Asociatividad en diversos Sectores.....	51

CAPITULO 2.....	53
2. Estudio del Mercado.....	53
2.1. Historia.....	53
2.2. Sector Automotriz en Latinoamérica.....	55
2.3. Sector Automotriz en Ecuador.....	58
2.4. Participación en el Mercado.....	61
2.4.1. Cuantitativo.....	65
2.5. Restricciones del Sector Automotriz en el Ecuador.....	66
2.6. Evolución del Sector Automotriz.....	68
2.6.1. Evolución de las Exportaciones en el Sector Automotriz.....	76
2.7. Actualidad del Ecuador en el Sector Automotriz.....	78
CAPITULO 3.....	84
3. Detallar el marco metodológico aplicado en la presente investigación.....	84
3.1. Enfoque de la investigación.....	84
3.2. Modalidad básica de la investigación.....	85
3.2.1. Investigación de campo.....	86
3.2.2. Investigación documental.....	87
3.2.3. Nivel o tipo de investigación.....	89
3.2.4. Investigación exploratoria.....	89
3.3. Población y muestra.....	90
3.3.1. Población.....	90
3.3.2. Muestra.....	91
3.4. Estudios.....	93
3.4.1. Análisis del sector determinado a estudiar (Guayas y Manabí).....	94
3.5. Metodología.....	97
3.6. Metodología de investigación.....	98
3.7. Estructura de la muestra.....	98
3.8. Interpretación de los resultados de encuestas.....	99
3.9. Detalle de las encuestas con análisis y grafico.....	100

CAPITULO 4.....	124
6.1. Propuesta	124
6.1.1. Tema.....	124
6.1.2. Beneficiario de la investigación	124
6.1.3. Propuesta.....	124
6.1.3.1. Propuesta Financiera	125
Conclusiones y Recomendaciones	136
Bibliografías.....	140

Índice Tablas

Tabla 1 <i>Tamaño de empresas según la cantidad de trabajadores</i>	31
Tabla 2 <i>Producción Local</i>	64
Tabla 3 <i>Fortalezas y Debilidades del sector automotriz</i>	74
Tabla 4 <i>Microempresas por regiones</i>	93
Tabla 5 <i>Microempresas para la muestra</i>	95
Tabla 6 <i>Inversión Inicial</i>	125
Tabla 7 <i>Compara de Materiales Año 1</i>	125
Tabla 8 <i>Costos sin asociatividad del Año 1</i>	125
Tabla 9 <i>Costos en valor monetario Año 1</i>	126
Tabla 10 <i>Precio de Ventas vs Ganancias aplicado en el Año 1</i>	126
Tabla 11 <i>Compra de Materiales Año2</i>	127
Tabla 12 <i>Costos de Compra Año 2</i>	128
Tabla 13 <i>Costo con Valor Monetario Año 2</i>	128
Tabla 14 <i>Precio de Venta Vs ganancias del año 2</i>	128
Tabla 15 <i>Compara de materiales Año 3</i>	129
Tabla 16 <i>Costo de compra Vs Descuentos Año 3</i>	129
Tabla 17 <i>Costos monetario Año 3</i>	129
Tabla 18 <i>Precios de venta vs ganancias Año 3</i>	130
Tabla 19 <i>Comprar de materiales año 4</i>	130
Tabla 20 <i>Costos de compra del año 4</i>	131
Tabla 21 <i>Costo con valor monetario de compra año 4</i>	131
Tabla 22 <i>Precio de venta vs ganancias del año 4</i>	132
Tabla 23 <i>Compra de materiales del año 5</i>	132
Tabla 24 <i>Costos de compra vs descuentos año 5</i>	133
Tabla 25 <i>Costos con valor monetario de las compras año 5</i>	133
Tabla 26 <i>Precio de venta vs ganancia del año 5</i>	133

Índice de Figura

<i>Figura 1</i> Mypes en Latinoamérica	29
<i>Figura 2</i> Tamaño de empresa en porcentaje	34
<i>Figura 3</i> Pequeñas Empresa.....	35
<i>Figura 4</i> Microempresa.....	36
<i>Figura 5</i> Evolución de las empresas asociadas	51
<i>Figura 6</i> Sector Automotriz 2011	56
<i>Figura 7</i> Países de Exportación.....	57
<i>Figura 8</i> Actividades del sector automotriz	59
<i>Figura 9</i> Sector Automotriz	60
<i>Figura 10</i> Participación del mercado según marcas 2014	61
<i>Figura 11</i> Importaciones de Países por Origen.....	62
<i>Figura 12</i> Establecimiento por Provincia el sector automotriz.....	63
<i>Figura 13</i> Crecimiento de Ventas de Vehículos	65
<i>Figura 14</i> Evolución del Sector Automotriz.....	69
<i>Figura 15</i> Unidades vendidas 2002-2013	70
<i>Figura 16</i> Ventas según marcas de vehículos	71
<i>Figura 17</i> Evolución de Ventas por marcas de Vehículos	72
<i>Figura 18</i> Tipos de Vehículos en el mercado	74
<i>Figura 19</i> Evolución de exportaciones	76
<i>Figura 20</i> Exportación del sector de destino.....	77
<i>Figura 21</i> Producción de Ventas.....	78
<i>Figura 22</i> Ventas Totales	79
<i>Figura 23</i> ventas en unidades.....	80
<i>Figura 24</i> Unidades Comercializadas de vehículos 2016.....	81
<i>Figura 25</i> Unidades Livianos comercializadas 2016.....	82
<i>Figura 26</i> Ventas de Vehículos 2010-2015	83
<i>Figura 27</i> Microempresas por regiones en porcentajes	94
<i>Figura 28</i> Microempresas por provincias	96

Introducción

El propósito de este Documento es dar a conocer sobre las PYMES para así poder analizar y buscar estrategias para el crecimiento de dichas empresa a través de la Asociatividad que se puede emprender, saber si es una estrategia de gran beneficio o de no conveniencia para las empresas la asociatividad en el mercado. Estos tipos de negocios han representado una parte importantes en el mercado generando ingresos para el país y fuentes de trabajos, no son muy grande pero si son muy importante para la economía de una país y para la disminución del desempleo en el mismo. Las pymes hoy en día son el sustento de las familias ya que son creadas estas empresas por personas emprendedoras que día a día fomentan el sector productivo ecuatoriano y logrando así el desarrollo como nación y de cada emprendedor.

Lo que se quiere demostrar en el proyecto es que se puede desarrollar y crecer las MIPYMES de una manera ordenada y estable con diferentes estrategias como lo es la Asociatividad que permite a los pequeños negocios puedan estructurarse y formarse de una manera más adecuada y a la vez se puedan trasformar de micro negocios a pequeños o medianos negocios, permitiendo a sus dueños muchas ventajas de crecimiento tanto económicos como personal y de esta manera ayudar a la economía del país y a la sociedad teniendo la posibilidad de ofrecer mayor cantidad de empleos, este tipo de estrategia si se realizan de la manera adecuado y con las indicaciones que se destacan o muestran en este trabajo va a dar muy buenos resultados pero todo con su respectivo orden. El cambio en un negocio se tiene que hacer de la mejor manera el cual te permita avanzar como empresario.

Problemática

En el Ecuador la generación de ingresos del país depende hoy en día de las microempresas que se obtiene un 75% de la población, pero como son microempresas no llegan a alcanzar la cima o establecer en el mercado por algún problema que se les presente, tales como la competencias que ingresan al país, tecnología, innovación, políticas, etc. y por ello las microempresas llegan a quebrar o a vender las empresas (SRI, 2016)

Justificación

La importancia de las microempresas para la economía del país es importante por ello se aplica el plan del buen vivir del 2013-2017 el objetivo 10 con referencia para impulsar la transformación de la matriz productiva, promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitividad, sostenibilidad, diversidad, en los encadenamientos que generen.

Objetivos General

Determinar cómo influye la Asociatividad Empresarial en el crecimiento de las microempresas.

Objetivos Específicos

- Conceptualizar las principales teorías sobre la Asociativa empresarial y estrategias organizacionales
- Analizar el comportamiento de las microempresas dedicadas al sector automotriz en el Ecuador
- Detallar el marco metodológico aplicado en la presente investigación
- Establecer una propuesta de estrategia de encadenamiento para las microempresas en el sector automotriz

Metodología de trabajo a Utilizar

1. Conocimiento de la realidad: Recolección y análisis de datos
2. Elaboración de Diagnóstico: Informe escrito del diagnóstico, Recomendaciones y presentación del informe
3. Actuación a Realizar: Estudios y tabulación de las encuestas realizadas en el estudio del mercado.
4. Finalización del Proyecto: Presentación de informe final

Supuestos

El supuesto si se llega a realizar este proyecto es el beneficio a los participantes de esta asociación, que les va a permitir a sus micro negocios un crecimiento de manera organizada y estructurada, permitiendo la expansión de los mismo y aumentando sus ventas e ingresos, sobre todo obteniendo el control total de los negocios.

Limitaciones

- ❖ Microempresas
- ❖ Dirigida al sector automotriz en diferentes sectores de la Costa, (Guayaquil, Balzar y Chone)

Delimitación

El presente proyecto será realizado en el sector automotriz y para ello se realiza un diagnóstico de las estrategias de asociatividad para la mejora de las microempresas y prevenir problemas que se presenten en el transcurso del tiempo en la influencia de la asociatividad de las microempresas.

CAPITULO 1

1. Marco Teórico

1.1. Historia

En los años 70 la industrial subdesarrollada fue marcando el fin del desarrollo de las industrias ya que se presentó la crisis petrolera y la evolución económica en los países desarrollados, por ello salieron al mercado nuevas empresas en países exportadores. Frente a eso hicieron cambios por la caída de la rentabilidad y nuevas competencias que se revelaban en el pasar del tiempo, se realizaron cambios como: nueva tecnología, incremento de empleo, búsqueda de mercados nuevos. (Características de las pequeñas y medianas empresas, 2016)

A nivel global desde la década de los 90 las empresas han tenido un papel importante en el desarrollo de los países a pesar que a nivel mundial se hacen actualizaciones de tecnologías o nuevas competencias entran al mercado empresarial, se ha visto que hacen un papel importante en la economía del país ya que general incremento de ingresos económicos, participación de producción y generan empleo. En los países emergentes de Latinoamérica las empresas se clasifican en dos que son las PYMES y las MIPYMES.

A mediados de los años 90 se nota un gran cambio en cuanto a la atención que le presta la población a las pymes y es positivo porque cada vez la atención crece más y así las universidades y el gobierno le da más importancia a las mismas. La mayoría del experto piensa que esta gran atención se debe a la crisis y la falta de desempleo, por eso el estado facilita nuevas formas de ayudar a la creación de esta forma de negocio con financiamiento para poder empezar con las pymes.

1.2. PYMES

En el cual las PYMES (pequeñas y medianas empresas): son entidades independientes en el mercado, tienen inversiones grandes y esto las excluye del mercado industrial por las limitaciones que impone la legislación de acuerdo al volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores nivel de producción y activos presente.

Las actividades que en las que son más frecuentes se encuentran el comercio al por mayor y menor, agricultura, silvicultura y pesca, construcción, bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas, servicios comunales, sociales y personales, industrias manufactureras, transporte, almacenamiento y comunicaciones por ende se convierte en automáticamente en empresa grande (SRI, 2015)

1.3. Las MIPYMES

Son micro empresas desarrolladas por personas naturales tales como los jóvenes, padres de familia, personas si experiencias, vendedores informales y por ende también las personas sin empleo, uno de los motivos que son creadas las microempresas en el país es por la crisis económica que conlleva a que las personas mencionadas anteriormente creen microempresas para así mejorar los aspectos económicos y políticos, la vida de estas empresas si tienen una buena organización empresarial puede ser de 35 a los 54 años de vida útil.

1.3.1. Características de las MYPYMES

Las características de las microempresas (MIPYMES) son:

- Alta generación de empleo
- Estrecha relación Capital-Trabajo
- A veces Informalidad
- Alta Contribución del PIB
- Múltiples funciones
- Situación Socioeconómica
- Escaso acceso al crédito
- Uso Intensivo de mano de Obra

1.4. Las MYPES en Latinoamérica:

Según Yamakawa, en un artículo acerca de las MYPE para la universidad ESAN, indican que se destacan o sobresalen 6 aspectos más importantes los cuales definen estos tipos de negocios: formalidad, ventas, gastos, insumos, formas de pago, instrumentos financieros usados y acceso al crédito.

- **Nivel de formalidad:**

Los países que destacan más su informalidad en cuanto al control de compañía se encuentran Chile, Uruguay y Costa Rica, se determina que en estos países por lo general los negocios o empresas tienden a registrarse como persona natural mas no como jurídica.

- **Ventas anuales:**

Nos indican que en Latinoamérica las micro empresas tienen un mercado masivo, existen muchas en el mercado abarcado así mayor espacio, lo cual se indica que son más importantes que las pequeñas empresas, sin importan que cuenta los las ventas anuales más bajas del mercado.

- **Gastos:**

Se muestra que por lo general gran cantidad de las utilidades que genera una micro empresa destinada a los gasto, generando así una entrada y salida rápida de la liquidez, los gasto que se generan en un micro empresa serian, materia prima, pago a trabajadores , insumos, servicios(agua , luz, alquiler de local, impuestos)

- **Materia prima, insumos e inventarios:**

Se define o se indica en la investigación como el principal gasto de las MYPE, de determina que por lo general los proveedores de estos tipos de negocios pueden ser nacionales o internacionales, esto rápidamente puede dar a notas que las MYPES son parte o participan en un mercado globalizado, exigiendo por esta razón que su estructura de compra sea más organizado y más firme y este proceso tiene que ser debidamente controlado.

- **Formas de pagos:**

Los pagos en estos pequeños negocios se realizan en efectivo o en cheque, cada negocio tiene una forma de pago que más utilizan y en caso pueden utilizar las dos, en el caso de la MYPE sus pagos por lo general es en efectivo y las pequeñas empresas sus pagos son en cheque, dejando así una diferencia entre estos dos tipos de negocios

- **Instrumentos financieros:**

Las MYPES por lo general su fuente financiera son cuentas bancarias ya sean de ahorro o corrientes y son de bancos nacionales, se muestra que casi siempre se utilizan las cuentas personales para destinarla a los gastos de la empresa.

- **Acceso a crédito:**

Las MYPES se puede decir que si cuentan con préstamos bancarios, otra de la forma de financiamiento es por parte de los proveedores de la materia prima o de los productos que se venden en este negocio y del inventario, porque por lo general dan facilidades de pagos.

El estudio que se realizó de las MYPES se puede decir que estos tipos de negocios son importantes por el espacio que ocupan y por la gran cantidad que existen en el mercado latinoamericano, aunque sus ingresos o ventas no sean tan importantes o grandes como las medianas y grandes empresas, son parte importantes para la economía de un país latinoamericano permitiendo y ayudando a la circulación de efectivo en el país. Como en lo estudiado anteriormente destaca que las MYPES sus proveedores son nacionales o internacionales así como a este tiempo de negocios que se introduzca a este comercio exterior, eso quiere decir que si estos tipos de negocios son mejor administrados pueden lograr grandes cosas con un buen control y buenas estrategias.

1.4.1. La problemática de las MYPES en Latinoamérica.

(Yamakawa, Del Castillo, Espinoza, Granda, & Vega, 2010) Las problemáticas que se han presentado se dan a conocer que el principal problema de desconocimiento son los recursos que ahora se pueden utilizar en los negocios tales como, tecnológicos y electrónicos, permitiendo un desarrollo más estable en las MYPES y cualquier tipo de

negocio logrando así un alcance y un acceso a la información de una manera más rápida y segura.

Según Yamakawa las MYPES en Latinoamérica tienen problemas por falta de presencia del estado, por la falta de políticas o leyes mejores estructuradas que consigan el apoyo o el beneficio de este tiempo de negocio, el estado debe implementar más instituciones las cuales apoyen a las MYPES para que así se puedan desarrollar de una manera más organizada.

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) En Latinoamérica las MYPES cubren un 99% en Latinoamérica dando empleo en un aproximado del 67% de la fuerza laboral.



Figura 1 Mypes en Latinoamérica

Fuente: El telégrafo 2015

1.5. Pymes ecuatorianas

En el Ecuador según el SRI entre los años del 2007 al 2013 las PYMES han tenido un crecimiento del 41% eso significa que de 66.000 a 93.000 empresas y con un ingreso del 97% y su incremento de ventas del 60% en el mercado. Generando las PYMES en el país cerca del 25% del Producto Interno Bruto (PIB) no petrolero por ende actualmente tienen una participación en el mercado global mediante la filosofía del buen vivir que busca una mejor vida para la población. Las MYPES trabajan un 75% de la población económicamente activa y el 25% representan a las grandes industrias del Ecuador, en los 10 años últimos las MYPES han generado cerca del 23.8% en exportaciones de bienes no petroleros del Ecuador (El telegrafo , 2015)

Los Pymes Ecuatorianos tienen un porcentaje que representan el 4.3% del total de las empresas generando un empleo del 24%, es decir que dan trabajo a 6 de 10 personas, y de ventas un 15.9% En el Ecuador parte del mercado de dinero también está identificado en el mercado de capitales que esto puede llevar a un financiamiento a corto o largo plazo. Las Pymes deben estar establecidas en los sectores alimenticios, productos químicos, y plásticos, así se da a conocer una nueva matriz productiva (Zuñiga Santillan, Espinoza Toalombo, Campos Rocafuerte, Tapia Nuñez, & Muñoz Bernal, 2016)

Las Pymes han venido creciendo en el transcurso de los años donde se encuentran ubicadas la mayoría en las ciudades de Quito y Guayaquil y en las provincias de Azuay, el Oro, Manabí y Tungurahua. El impacto del país de las empresas pequeñas tiene un

porcentaje de 32.4% y de las medianas tiene un porcentaje de 44.3%. Las pymes tienen una tendencia alta al arrojar la rentabilidad sobre los activos (ROA) y sobre la rentabilidad del patrimonio (ROE) y eso demuestra una rentabilidad con mayor estabilidad económica en las empresas mediana y pequeñas. (García , Galo, Villafuerte, & Marcelo, 2015)

Según la Superintendencia de Compañías por el informe del 2015 las empresas que están activas en este año 2016 presenta el ranking general este análisis se realiza a través del formulario 101 que todas las empresas deben declarar y de acuerdo al tamaño de la compañía que lo define el código orgánico de la Producción, Comercio e Inversión. (Superintendencia de compañías Valores y Seguros, 2015)

Tabla 1 Tamaño de empresas según la cantidad de trabajadores

	TRABAJADORES	INGRESOS
MICROEMPRESAS	1 A 9	\$ 100.000,00
EMPRESAS	10 A 49	\$100.001,00 Y 1'000.000,00
PEQUEÑAS		
MEDIANAS	50 HASTA 199	\$1000.001,00 Y \$5'000.000,00
EMPRESAS		

Fuente: Superintendencia de compañías 2015

La mayoría de las microempresas tienen como objetivo promover la cultura emprendedora para vencer los obstáculos y limitaciones en el mercado. Las MIPYMES buscan tener igualdad de Oportunidades en la gestión, operación y mercado para impulsar el cambio de la matriz productiva que han conllevado a que las microempresas estén obligadas a buscar

estrategias para sobrevivir en el mercado con mayor eficiencia para afrontar las competencias y barreras que se les presenta en el entorno.

La situación del sector de microempresas conlleva a adaptarse a los cambios y oportunidades para tomar decisiones adecuadas, crecer y desarrollarse en el mercado y competir de manera eficiente por eso hay ventajas de las MIPYMES para fomentar el crecimiento y desarrollo de tales como:

- Generar empleo,
- Apoyo al desarrollo humano y productivo
- Desarrolla la creatividad
- Requisición de poco capital para comenzar una microempresas
- Utilización de materia prima nacionales
- Posibilidades de tener nichos de exportación generados en el sector
- Flexible para la asociación y enfrentar el mercado

Desventajas de las MIYMES:

- Dificultad de acceso a crédito
- Los participantes de las microempresas tienen poco conocimiento para una productividad eficiente
- La producción casi siempre va en el mercado interno
- Falta de formación de personal
- Barreras comerciales competitivas

Barrera para que las microempresas surjan:

- Mejora de Calidad de la gestión
- Mejora de la infraestructura básica
- Intervención del estado por los aranceles
- Aceptación de los clientes

De acuerdo a (Magill & Meyer, 2004) las MIPYMES tienen un papel muy importante ya que un tercio (33.5%) de hogares son dueños de una microempresa. Estos operan un total de 684.850 distintas en diferentes sectores productivos pero algunas microempresas frente a las barreras que se les va apareciendo son en el sector informal. Por eso se les complica a las empresas crecer, tratar de buscar alternativas, estrategias para ellos.

En el desarrollo del país depende de los emprendedores los que tienen motivación a la innovación e investigación de desarrollo, a un valor agregado de un producto o servicio existentes, Hay empresas como ya anteriormente mencionadas tienen una organización informal y esto origina consecuencias que se reflejarán al pasar del tiempo como Impedimentos en la mejora de calidad de la producción de bienes y servicios, Impedimentos en mercados Internacionales, contratos con el estado, acceso a recursos de entidades financieras por la mala suministración de estados financieros.

Grafico porcentual de clasificación de las empresas en el Ecuador

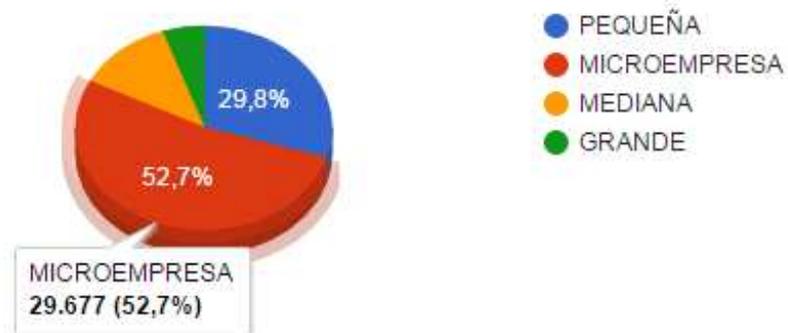


Figura 2 Tamaño de empresa en porcentaje

Fuente: Superintendencia de compañía 2016

Las pequeñas empresas ocupan un 29.8% las Microempresas un 52.7% y las medianas empresas en 12.2%

Gráfico de Empresas pequeñas Distribuida por Provincias del Ecuador

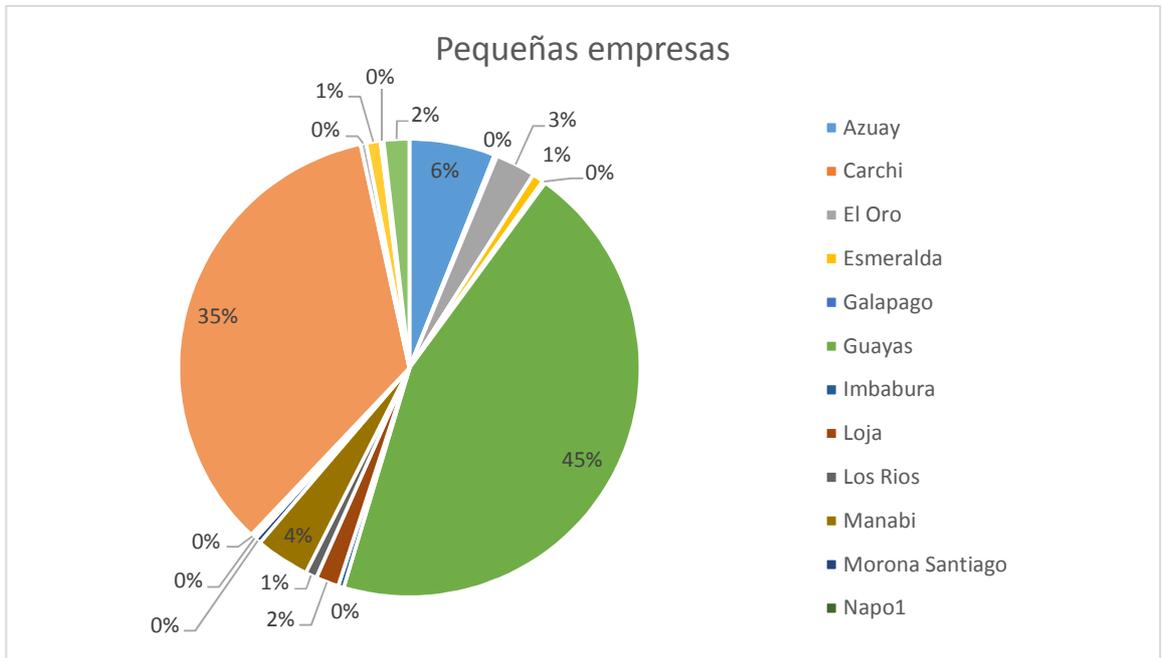


Figura 3 Pequeñas Empresa

Fuente: Superintendencia de Compañías 2016

Como podemos Observar en la tabla la Provincia que lidera entre las pequeñas empresas en el Ecuador es la provincia de Guayas que cuenta con un 45% pequeñas empresas y le sigue la provincia del Pichincha.

Gráfico de Microempresas distribuida por Provincias del Ecuador

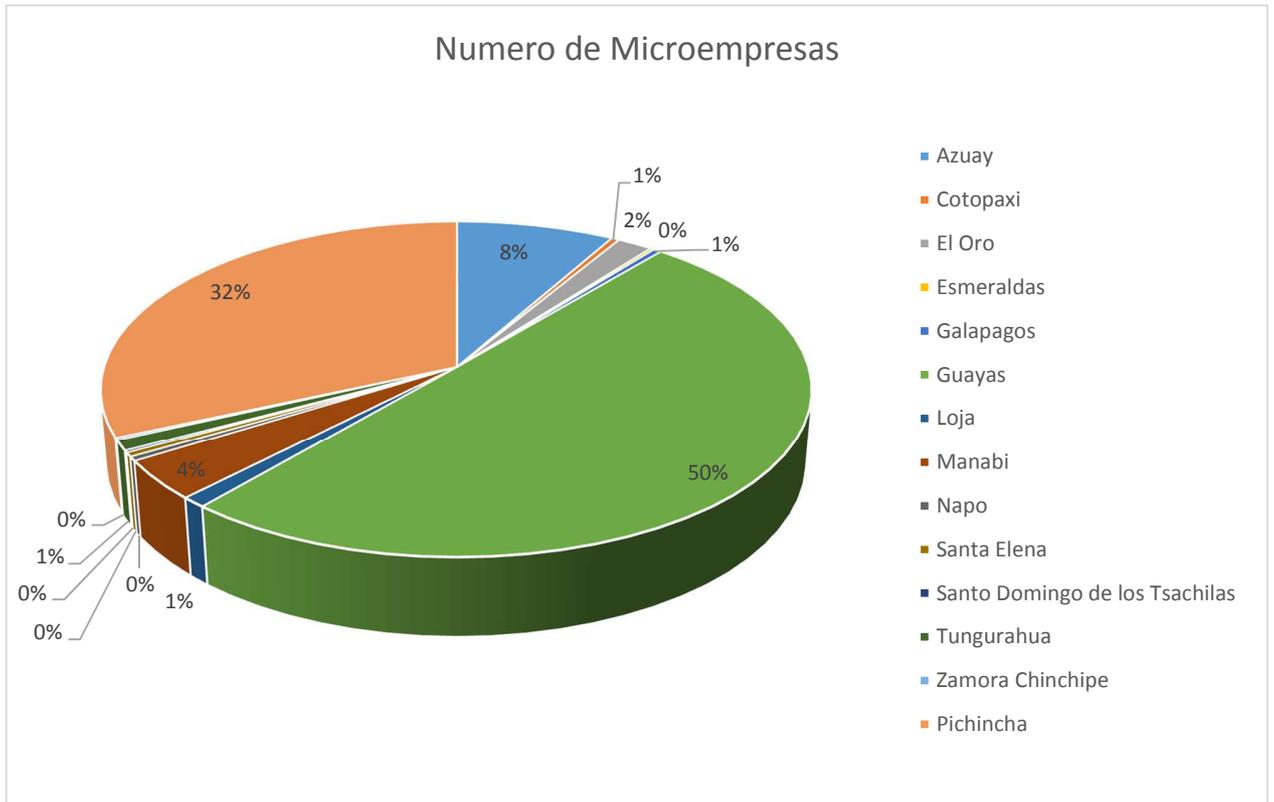


Figura 4 Microempresa

Fuente: Superintendencia de Compañías 2016

En el Ecuador por la Provincia del Guayas lidera el mercado el 50% seguida por la Provincia del Pichincha.

Como podemos darnos cuenta siguen las pequeñas y microempresas tienen un gran porcentaje en el mercado y para ello se debe buscar, analizar e implementar estrategias para que las empresas puedan subsistir en el transcurso de los años a través de las barreras o competencias que se presenten. En el Ecuador hay un incremento de números de empresas y por ello se conoce que es un país de micro y pequeñas empresas. (Muñoz, 2014)

1.6. Factores que afectan la Productividad de las MIPYMES

La productividad es lograr los mejores resultados eficientes y eficaces con los recursos favorables para emplearlos, decir cuán eficientes los bienes o servicios producidos.

(Gonzales Pendas, 2013) En los últimos tiempos las microempresas tienen un uso extensivo en la Tecnología de la Información y las comunicaciones y eso llega a que las empresas por muy pequeñas que sean se transformen constantemente y se adapten a los cambios del entorno. Desde los mediados de los noventa cuando se inició la TIC juegan un papel muy importante en el crecimiento y la productividad económica que hacen tendencia de los impactos en los diferentes países. La TIC tiene un impacto importante ya que la tecnología ha generado un crecimiento en la economía y la productividad sin

embargo hay personas que piensan que no solamente es la tecnología factor para el crecimiento de las microempresas si no que es por los ajustes cíclicos y por los cambios estructurales provocado por las TIC.

(Nava , 2013) Las microempresas no alcanzar un nivel de competitividad para llegar a posicionarse en el mercado del comercio y por ello llegan a tener limitaciones en los créditos de inversiones, es muy complicado tener fondos suficientes para el crecimiento de la empresa porque las entidades financieras llegan a pedir exceso de trámites que a veces las microempresas no llegan a cumplir o también tienen un valor alto de intereses.

Algunos factores Internos: Se puede hablar sobre la coordinación en el trabajo es decir que se debe asignar a un líder para que dirija al grupo de trabajadores también hay áreas reducidas que se pueden ampliar por la comodidad para así que el espacio sea conforme para la comodidad de los empleados, mejorar los planes de trabajo para que cumplan el objetivo deseado. Capacitar al personal de acuerdo a las funciones que deben realizar dentro de la empresa, también mejorar los medios de comunicación para que todas las personas estén informadas de acuerdo a lo realizado.

Gestión Administrativo: En este tema se observa que para una buena gestión debería haber un proceso Administrativo en el cual se debería aplicar la planeación que es la investigación del entorno ya sea externa eh interna, planeamiento de estrategias en el ámbito empresarial para tomar decisiones en largo y corto plazo Otro proceso es la

organización quiere decir implementación de reglas que deben respetar los empleados que se encuentren dentro de la empresa, Organizar los recursos disponibles los cuales son humanos, materiales y financieros, La dirección es el tercer proceso administrativo que consiste en la ejecución de los planes, motivación la supervisión para llegar al objetivo de la empresa. Y el último proceso es el control que se encarga de evaluar los desarrollos que se efectúan en la empresa.

Factores Externos: Innovación e inversión de acuerdo a la competitividad que se les vaya presentado para así ofrecen un mejor producto o servicio de mayor calidad y mejor precio frente a sus competidores y los clientes tengan la confianza de ser constantes.

Gobierno en uno de los factores externos por motivos de cambios frecuentes de los impuestos, los aranceles, prohibiciones de las importaciones y hay empresas que para la producción necesitan Importar materia prima. La situación política también influye mucho en las empresas ya que pueden poner nuevas leyes, reglamento situaciones económicas y sociales que afecten a las microempresas.

El entorno influye demasiado en las empresas porque se trata de las competencias, clientes, medios ambientes y sociedades y estos factores de entorno no se los puede controlar si no que se debe acoplar y buscar estrategias para enfrentar situaciones que se presente, Se debe estar actualizados a los cambios que se den en el entorno. En las empresas se manifiesta la Cultura organizacional por el actuar y pensar del grupo de

personas este factor afecta más a las empresas que tienen actividad de exportación. El ambiente externo es todo lo que envuelve a las empresas y afectan de forma inmediata.

1.7. Estrategias para el crecimiento de las MIPYMES

(Sanchez Galan, 2016) Integración Horizontal trata de la creación o la adopción de otras empresas del mismo sector industrial, o ampliarse dentro de una industria para buscar una participación en el mercado más fuerte y vender el producto a un gran porcentaje del mercado seleccionado de acuerdo a las necesidades de las persona, esto sería una estrategia de marketing. Optimización de nuevos factores productivos esto hace incrementar las inversiones y activos ya existentes para reducir los riesgos de crecimiento que se presentan llamado como estrategia de producción.

Innovación y creatividad permite el crecimiento de las microempresas para la participación del mercado, abre nuevos canales de venta, mejoras de posicionamiento de mercado, para innovar se necesita identificar las oportunidades es decir que se debe estudiar tanto a los empleado, colaboradores y fuentes externas, buscar y analizar los nichos de mercado que podemos innovar para así satisfacer las necesidades de los clientes existentes o necesidades que surjan en el tiempo, Los cambios del entorno son constantes para la combinación de factores de producción y el crecimiento de la MIPYMES.

Alianzas Estratégicas puede llevar a la máxima potencia del negocio, para la búsqueda de ventajas competitivas dentro de la industria las ventajas que podemos encontrar dentro de esta estrategia es la calidad, productos, precios, tecnología para fortalecer las microempresas con nuevas oportunidades que no se han logrado por lo general el incremento de venta de da sin hacer inversiones nuevas. Las alianzas se dan sobre productos es decir que se complementan los compradores y sus proveedores para la mejora de precios y calidad.

1.8. Asociatividad en las MIPYMES

La asociatividad empresarial es una estrategia que las empresas buscan para la supervivencia en el mercado, que las empresas están dispuestas a emprender frente a las competencias o amenazas que se les presenta en el entorno a las pequeñas y medianas empresas. La asociatividad pretende mejorar las diferentes dificultades, romper barreras para emprender un mejor desarrollo y crecimiento empresarial, donde se comparte las mismas necesidades pero cada empresa asociada mantiene su independencia jurídica y buscan un mismo objetivo común.

Los modelos asociativos se dan en grupo de empresas que tienen igualdades o acercamiento geográfico, problemas similares o desean complementarse para una mejor competitividad. La asociatividad de la MIPYMES busca un nuevo modelo de desarrollo en el impacto de economía del país esto puede ser en mercado nacionales o internacionales. La asociatividad puede crear un gran beneficio a las empresas tales como

una mejora en la TI, reducción de Costos, creación de confianza entre los clientes o proveedores y eso hace que aumente la demanda, incorporación de tecnología, posicionamiento de mercado, desarrollos de economía de escala, estándares de calidad, ventajas competitivas, etc. (De Lorenzis, 2013)

Como hemos hablado del acercamiento geográfico se da por la importancia de la comunicación para ser factibles y frecuentes, buscando las características de cada región donde cada empresa es fácil buscar y encontrar potenciales en kilómetros cerca para que se defina la realidad local de las microempresas que se encuentran asociadas (De Lorenzis, 2013)

1.8.1. Las etapas de la Asociatividad.

La asociatividad es una decisión que se toma para la mejora de un negocio, su vida tiene diferentes etapas en las cuales van ocurriendo cambios en el negocio que te lleva a distinguir los cambios existentes.

Sus etapas son:

- Etapa de la gestión: en esta etapa indica que se verifica el interés de cada participante para realizar este proceso de asociatividad y su decisión de unirse entre negocios
- Etapa de la estructuración: en esta etapa cada uno de los participantes define su rol, para así llevar acabo las metas implantadas al principio de la toma de decisión, en este punto se podría llamar el inicio de la asociatividad.

- Etapa de madurez: en esta etapa se puede decir que se está creando las leyes y políticas de la asociación, se está fijando la consolidación total del negocio.
- Etapa productiva o de gestión: en esta etapa es donde se va a realizar las actividades o gestión para visualizar los resultados de esta decisión tomada.
- Etapa de declinación: en esta etapa indica que el proyecto realizado está perdiendo fuerza, por diferentes motivos, ya sea político, económico ambiental, etc. pero esto no significa que este estrategia vaya a fracasar.

1.8.2. Obstáculos que se presentan en la Asociatividad en las MYPYMES

Los Obstáculos para la asociatividad de acuerdo a los factores que afectan es el problema de la confianza, para mantener ese lazo es un proceso de unión que influyen mucho en involucrarse en experiencias asociativas, Otro obstáculos es el costo de asociarse, no habla solamente en lo monetario sino que también habla del tiempo que se le debe dar y el riesgo que puede ocurrir cuando haya una asociación empresarial, Los entornos no Favorables es otro obstáculo ya que son pocos las empresas públicas o privadas que acompañen a la estrategia de asociarse porque piden exigencias difíciles en el cumplimiento en la forma jurídica.

(Aular Lopez, 2006) Se ha determinado por los diferentes hallazgo que determina la situación real en cuanto a la forma organizacional y administrativa se puede dar a conócelas según la asociatividad entre microempresa

- Prevalece la idea de la empresa o grupo familiar
- Funciones organizativas poco diferenciadas
- Las relaciones informales prevalecen antes las relaciones formales
- Flexibilidad administrativa y productiva
- Cultura tradicional más que visión de negocio
- Los dueños cumplen diferentes funciones dentro del negocio
- Resistencia y desconfianza para la cooperación
- Se sustraen los gastos en otras cosas y se reúsan a invertir
- Incierta permanencia en el mercado

- Pymes desarticuladas intra e intersectorial

Y así se identifica muchos más problemas que presentan por lo general en las pymes en diferentes país las cuales puede llevar al fracaso total de estos negocios.

1.8.3. Beneficios de un modelo Asociativo en las MIPYMES

Cuando se ejerce un modelo asociativo se genera más oportunidades de trabajo ya que en muchos casos quieres cambiar la realidad de un sector una región por los beneficios que se pueden alcanzar, pero para ello se debe reconocer las amenazas y debilidades de acuerdo al grupo que se asocie en busca de oportunidades constantes, algunas MYPES que se asocia a veces se achican pero trabajando de manera regional o sectorial se puede ampliar las capacidades de instalación. En el modelo de las MYPES se trabaja de forma unida y los beneficios que se esperan pueden ser gratificantes para las empresas conjuntas, genera más desarrollo en las actividades, competir con empresas más globalizadas en el mercado interno y así tener el mismo nivel que las grandes empresas (De Lorenzis, 2013)

También se indica las diferentes prácticas que le permiten a las pymes tener una buena asociatividad y así pueda llegar al éxito conjunto que busca esta estrategia.

- Comunicación con canales regulares cortos
- Trabajo en equipo
- Trabajo bajo presión
- Intercambio de información
- Toma de decisiones compartidas
- Negociación permanente con proveedores
- Relación con instituciones de soporte micro empresarial
- reducción de costos
- incorporación de tecnología
- mejora del posicionamiento en los mercados
- acceso a mercados de mayor envergadura
- capacitación de recursos humanos
- incremento de productividad
- acceso a recursos materiales y humanos especializados
- desarrollo de economías de escala
- disponibilidad de información
- captación de recursos financieros
- optimización de estándares de calidad
- desarrollo de nuevos productos
- ventajas competitivas
- mejora de las posibilidades de negociación con clientes y proveedores

Como nos indica esta investigación estos son algunos de los puntos que te pueden ayudar a llevar a cabo una buena asociatividad y a llegar a la meta propuesta.

Las transformaciones se dan constantemente por el cambio de la economía o entorno como anterior mente señalado, para poder superar estos cambios estructurales las empresas deben buscar nuevas herramientas para incrementar la competitividad, alcanzar resultados exitosos, entre otros. La asociatividad permite acuerdos entre empresas una estrategia colectiva con el objetivo de fortalecerse y minimizar barreras, riesgos individuales.

En el ámbito empresarial puede haber varias formas de asociatividad es dependiendo del objetivo que las empresas desean alcanzar entre ellas podemos encontrar

1. La cadena productiva: Es un conjunto de actividades económicas o agentes que generan un proceso productivo, desde la materia prima e insumos para la transformación de productos terminados.
2. Red empresarial: Empresas que se organizan para llegar a un acuerdo para compartir sus capacidades y llegar a un objetivo común, las empresas participan de manera voluntaria para llegar a tener beneficios individuales mediante acciones conjuntas
3. Red empresarial vertical: Las empresas sostienen una relación de proveedor-comprados es decir que una empresa hace algo que el otro puede necesitar.
4. Red empresarial horizontal: Empresas que están ubicadas en la misma línea de la cadena de valor, es decir tienen bienes o servicios similares, a veces estas empresas

agrupan competidores directos, con esta estrategia se puede alcanzar economía de escala y mayor poder de negociaciones.

5. Alianza Estratégica: Acuerdo que se realiza entre dos o más empresas para alcanzar un objetivo que desea cada empresa que tienen el acuerdo.
6. Unión temporal: Unión de dos o más empresas que tienen una actividad o negocio en común, estas empresas mantienen su independencia. Cada persona que integra la unión temporal no toma encuentra las responsabilidades de otro miembro según su participación.
7. Consorcio: en unas asociaciones económicas en la que varias empresas buscan in bien en el desarrollo de las actividades al realizar creando una nueva sociedad.

El estrategia de encadenamiento se da conforme a tipo de demanda que tiene la empresa con la relación de factores tecnológicos y de producción por ello existen dos tipos de encadenamiento hacia adelante y encadenamiento hacia atrás. Estos encadenamientos incrementan la rentabilidad, la diversificación de las relaciones entre empresas.

(Arango , 2014) Los encadenamientos productivos son alianzas de la competitividad, la innovación son las principales políticas industriales para que la MIPYMES crezcan y busquen nuevos mercados, ya que consiste enlazar distintos tipos de empresas con un determinado proceso productivo. El encadenamiento identifica las necesidades empresariales. El encadenamiento alguna veces se da de una empresa multinacional con

una empresa mediana o pequeña de esta forma ambas empresas buscan beneficios comunes como acceso de capital destrezas empresariales o tecnología, clima de negocio propio para mantener los incentivos adecuados.

Según Michael Porter (1991) sostiene que la relaciones de la diversificación entre empresas buscando el grado de madurez que se refiere a los cuatro puntos de diamantes que son: las relaciones de competencias entre las empresas de las mismas actividad, la relaciones de sus proveedores, con actividad de apoyo, con productores de insumos complementarios y con proveedores de insumos y factores especializados.

1.9. Estrategia Clúster

Para una empresa la mejor estrategia es el Clúster: Según Michael Porter El Clúste son puntos fijos geográficos de empresas interconectadas, empresas que se conectan mediante suministros, proveedores de servicio, o un grupo de empresas que trabajan en un mismo sector industrial, se colaboran entre sí para llegar a un objetivo y estrategias en común, están empresas llegan a tener aumento de productividad, competitividad y rentabilidad. Los Clúster están agrupados por proveedores de materias primas, por tipo de tecnología, por tipo de compradores. Esto puede llevar a cabo un desarrollo de competitividad en los mercados internos, ya que atrae factores productivos con alta calidad y precios rentables para el agrupamiento empresarial. El Clúster está orienta a sectores que están bien posicionado, que tienen cultura industrializada y la sociedad local, que genera un afecto entre cliente-proveedor.

El desarrollo de un modelo asociativo conlleva a años para que llegue a su etapa de madurez y que se pueda ver resultados reales, pero en el transcurso de los años se puede presentar acontecimientos en el proceso de asociatividad pero para ello se debe tener un buen líder para que llévelas rienda y pueda sostener a los integrantes de las microempresas y afrontar las complicaciones que se presenten en el transcurso de los años

1.9.1. Curva de Evolución

- En el primer año las empresas deben buscar un plan de acción bien definido para tener los resultados secundarios.
- En el segundo y tercer año se obtiene las metas primarias, objetivos estratégicos para la sostenibilidad de las MYPES, algunas empresas sobreviven hasta el tercer año de ahí ya declive.
- En el cuarto y quinto año se desarrolla naturalmente para buscar el posicionamiento en el mercado

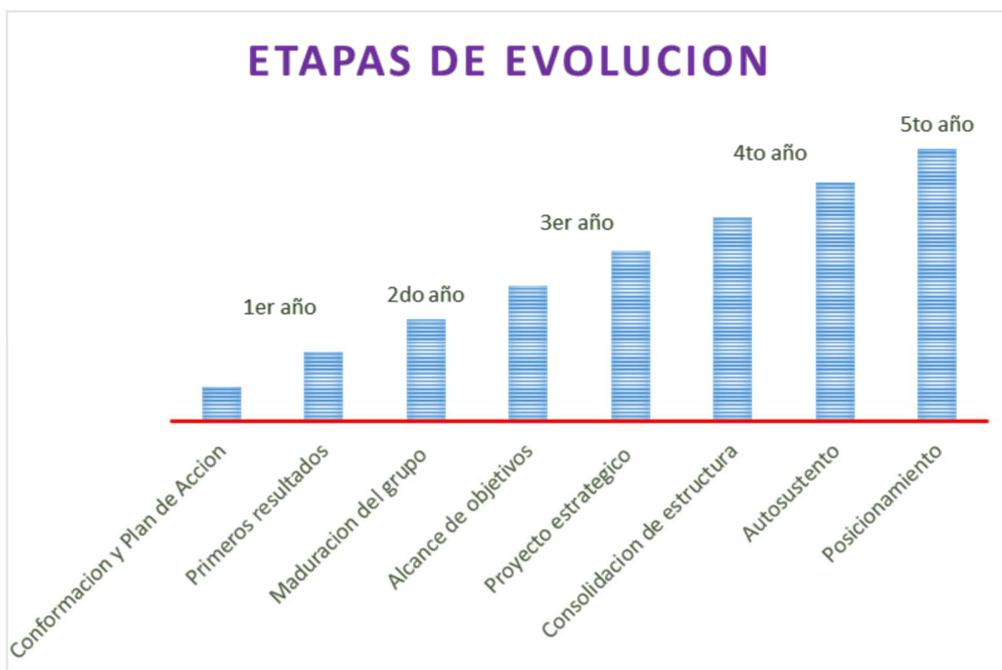


Figura 5 Evolución de las empresas asociadas

Fuente: Modelos asociativos sin apellido

1.10. Asociatividad en diversos Sectores

La asociatividad se puede generar en diversos sectores de la economía no solamente en el sector productivo. Esto genera mayormente en los sectores industriales, en sectores rurales donde constantemente generan mayor escala y mayor competitividad regional. También se puede en sectores llamados Cooperativas es decir un conjunto de grupos que se asocian para comercializar y almacenar su productos ya sea materia prima o productos finales para beneficio de la MYPES.

Otro sector es para los apicultores que generan cadena de distribución creando relación en el mercado interno y externo, así también en el sector de comercio, desarrollando planes de marketing para lograr obtener mayor oferta en el mercado, así también el sector gastronómico, turístico, salud, tecnología, social, automotriz, software, entre otros. En todos los sectores se puede utilizar la asociatividad porque esto mejora la competitividad de las empresas que están relacionadas para así enfrentar mercados. (De Lorenzis, 2013)

CAPITULO 2

2. Estudio del Mercado

2.1. Historia

La producción del sector automotriz comenzó desde los años 50 en el Ecuador cuando el sector metalmeccánico comenzó la fabricación de carrocería, algunas piezas metálicas y por ello en Ecuador se comenzaron a ensamblar vehículos desde el año 1973. En la década de los 60 se comenzó en la fabricación de varios elementos que complementaban a la elaboración de vehículos como resortes de ballestas y filtros de motor. EN la década de los 70 se aprobó a dar prioridad a la industria automotriz en las regiones, esto fue aprobado por la Comisión del Acuerdo de Cartagena. Se fundaron las empresas de ensamblaje AYMESA como la primera del país. (Bermeo, 2014)

En el año 1973 AYMESA inicio su producción y a la vez nació Ómnibus BB como un proyecto. En el año 1974 se regulo la Industria Automotriz en el Ecuador, 1975 inicio la compañía OBB transportes S.A, se ensamblaron 1000 vehículos que se vendieron al país de Colombia. En 1976 se ensamblo el primer bus ensamblado de la empresa Ómnibus BB y a la vez se fundó MARES que son siglas de Manufacturas Armaduras y Repuestos del Ecuador. En el año 1977 con las empresas que ensamblaban tuvieron una ventas de 112 millones de sucres con empleados de 825 y con una inversión de trescientos diez millones de sucres con un 31% de capacidad. En 1978 se fundó la Cámara de LA Industria Automotriz Ecuatoriana (CINAE), 1979 opero MARESA que a la vez se decretó 3177

con la ley Fomento de la industria Automotriz, Es decir que en el año 70 se produjeron 5000 vehículos (Bermeo, 2014)

En la década de los 80 AYMESA ensambló el modelo andino, se fabricó Blazer que fue el primer vehículo liviano que tuvo una buena demanda y se fabricaron 1000 unidades. En el año 1980 AYMESA se implementó una planta de soldadura para la carrocería metálicas, en este mismo año se fusionó a los accionistas de Ómnibus y se cambió de nombre General Motors Ómnibus BB. También en los años 80 aparecieron proveedores de asientos, tapicerías, asientos, esponjas, sistemas de escape, partes de carrocería, vidrios, pinturas, alfombras, insonorizante, etc. (Bermeo, 2014)

(Análisis del Sector Automotriz, 2013) En el año 1988 se incrementó la producción en un 54.21% pasando de un 7,864 vehículos a 12,127 vehículos en ese año. Cuatro años más tarde se dio la zona libre de comercialización entre los países de Colombia, Ecuador y Venezuela de las marcas de Kia, Chevrolet y Mazda que estas marcas están conformadas la cadena productiva en el sector automotriz.

En el año 2011 se logró una mayor producción de 17.17% más que el año 2000, en 2006 exportaron al país de Colombia que fue el principal socio, Debido a esto al pasar los años en el 2006 la industria automotriz tuvo una producción de 87.599 unidades. En la década actual General Motors invirtió treinta y dos millones en la fábrica de pinturas, durante ese mismo año el Gobierno Nacional se firmó acuerdos con las empresas ensambladoras para desarrollar las partes locales con el propósito de generar e impulsar la matriz productiva.

2.2. Sector Automotriz en Latinoamérica

En Latinoamérica el sector automotriz no se lo conoce como líder en el mercado, pero los Países como Brasil, Argentina tienen un crecimiento en las exportaciones, en la producción y ventas internas en su país. Los Países principales que son fabricantes en América Latina es: México, Colombia, Brasil, Argentina y Chile.

México: la producción del País conlleva en el 2015 que el volumen de unidades fueron de tres millones cuatrocientos mil obteniendo un crecimiento de 5.6% comparando con el año 2014, exportación del 4.4% con seiscientos cuarenta y dos mil ochocientos ochenta y siete de unidades al país de Estados Unidos que es el principal destino de exportación

Brasil: Este país su producción total alcanzó un 2'333.903 unidades en el año 2015, y las ventas a Estados Unidos del 42%, que esto conlleva a que este en el puesto segundo en el mercado automotriz de Latinoamérica. Empleado 144.508 personas en las industrias.

Argentina: Un país que está dispuesto a impulsar el mercado interno y externo por ello en el año 2015 tuvo una decadencia del 4% y una producción de 543.467 unidades, En las exportaciones también tuvieron una caída del 31.3% a 245.725 vehículos. En el mercado interno como lo quieren explotar aumento el 6.5% de las unidades producidas y así las importaciones declinaron el 5.4% en el sector automotriz:

Chile: ventas de nuevos autos en el 2015 fue de 282.000 unidades

Colombia: Es un país que se demuestra fortaleza en la industria, aunque en el 2015 se resaltó una caída del 13.2% de las ventas de vehículos con 260.000 unidades menores que el año 2014 con 290.000 unidades de ventas en el sector.

En el año 2011 el mercado creció un promedio de 18.5% entre los países que crecieron más en ese año se encuentra: Colombia, Perú, Chile, Argentina

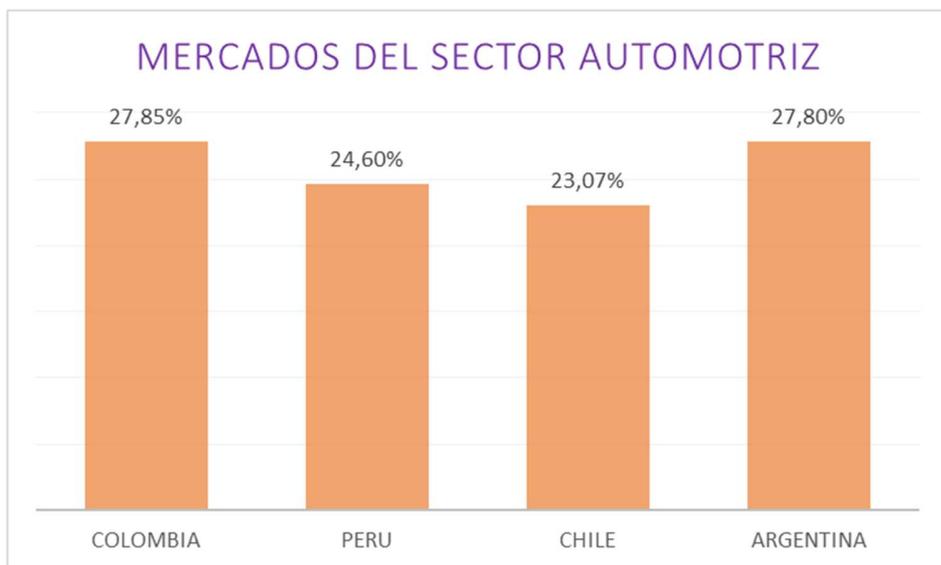


Figura 6 Sector Automotriz 2011

Fuente: Revista gestión pág. 6

La Industria Automotriz ha tenido una variación constante en américa Latina en los países antes mencionado teniendo su país de exportación Estados Unidos el principal con un crecimiento de 6.3%.



Figura 7 Países de Exportación

Fuente: La razón.com

Brasil teniendo una producción de 21% comparada con el año 2014 que tuvo una curva decreciente, Argentina también reporto una producción decreciente del 11.8% en comparación con el país de México que tuvo un crecimiento del 5.6% en el año 2015. En el mercado Interno también se encuentra desfavorable en las ventas; Brasil obtuvo una caída del 25.7%, Chile -16.4%, Colombia -13.2% y Argentina -0.4%, pero en el país de México no tuvo ventas negativas si no que aumentó un 19% en el mercado interno

2.3. Sector Automotriz en Ecuador

Las PYMES y Las MIPYMES tiene oportunidades para incrementar la cadena de valor de la industria automotriz desde el año 2011 hasta el 2015 han evolucionado constantemente ya que generan desarrollo e ingresos fiscales para el estado, generan empleo aporta a los impuestos y aranceles, generan empleo a los sectores de actividades relacionadas al comercio automotriz, ya se de bienes o servicios en el comercio interno. En el sector automotriz dentro de la economía del país aporta el 6.59% del PIB incluyendo los impuestos los aranceles y la generación de empleo.

En la actualidad Ecuador es un país que ha liderado la transferencia y asimilación de tecnología de automóviles en el cual esto genera oportunidades de producción en el comercio interno del país de componentes, partes, piezas eh insumos que se necesita para la producción de autos. De acuerdo al censo Económico del 2014 el porcentaje como se divide en el sector automotriz es del 70% corresponde a mantenimientos y reparación de vehículo y el otro 30% se dedica a los ventas de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores al por mayor y menor de combustible y ventas de vehículo (PRO ECUADRO, 2015)

Existen tres tipos de actividades en la industria de automotriz que son:

1. Comercialización
2. Manufactura
3. Servicios

En estos sectores se encuentran los establecimientos de concesionarias, talleres, ventas de repuestos, ventas de llantas, venta de vehículos ya sean usados o nuevos.

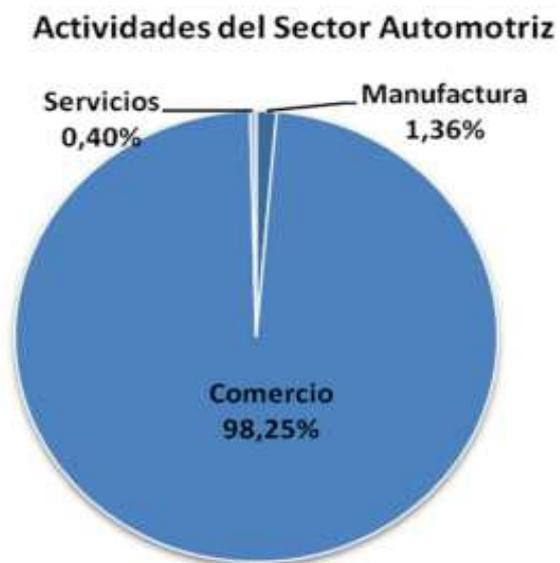


Figura 8 Actividades del sector automotriz
Fuente: Censo Nacional Económico

El sector automotriz está compuesto por el 48.48% de las importaciones del País y el 51.52% de ensamblaje dado esto Ecuador es un país que lidera el ensamblaje con las empresas que son: MARESA, AYMESA, CIAUTO, GM-OBB, Motors Ómnibus BB, que son productores de los vehículos de las marcas de Chevrolet, Mazda, Kia y Great Wall.

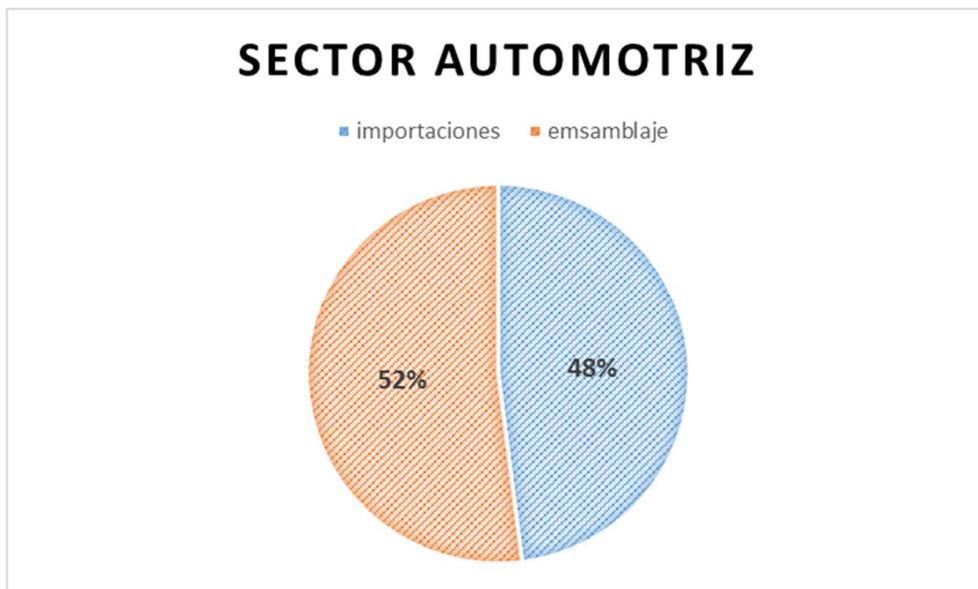


Figura 9 Sector Automotriz

Fuente: Informe sectorial-Ecuador

En Ecuador el sector automotriz tiene restricciones de importaciones de vehículos y partes, esto es uno de los riesgos de las restricciones gubernamentales. Esto se presenta desde el año 2012 que han sido afectados los vehículos livianos cuando se incrementa el precio. Esto es basado por el Ministerio de Ambiente y el Consejo Nacional de Tránsito, esto se da porque necesitan que se regularice la balanza comercial. Dado esto las empresas desean incrementar las medidas de servicios post ventas, incrementar las ventas de los

vehículos que se ensamblan localmente y así incrementar la producción del país (Uribe, 2014)

2.4. Participación en el Mercado

Cualitativo

Según Uribe las marcas que lideran en el país es Chevrolet con un 48% de participación en el mercado seguida por la marca Kia un 12% y Hyundai. 9%



Figura 10 Participación del mercado según marcas 2014

Fuente: Asociación de las empresas Automotriz del Ecuador

En el Ecuador las empresas tienen mayor liderazgo en las provincias del Pichincha, la ciudad de Quito cuentan con tres plantas ensambladoras AYMESA, OMNIBUS BB, MARESA dichas empresas se destacan en camionetas, automóviles, camionetas todo terreno así mismo son vehículos para transporte de personas y mercaderías. Cada empresa cuenta con una planta de ensamblaje en la ciudad de Quito, También los proveedores de

autopartes se encuentran ubicados en la provincia de Tungurahua ya que en esta provincia tienen una mano de obra calificada y de bajo costo. (Análisis del sector automotriz, 2013)

Los vehículos de ensamblaje en el año 2014 se evaluaron con un total de 57.093 unidades. Los proveedores principales de los vehículos son de Corea que importa el 24%, Japón un 15%, China y México con el 13%, Colombia 11%, Estados Unidos un 6%, Tailandia el 5%. El ensamblaje en el Ecuador local en la empresa General Motor aporta con un 74% MARESA EL 10%, AYMESA el 16%. (Uribe, 2014)

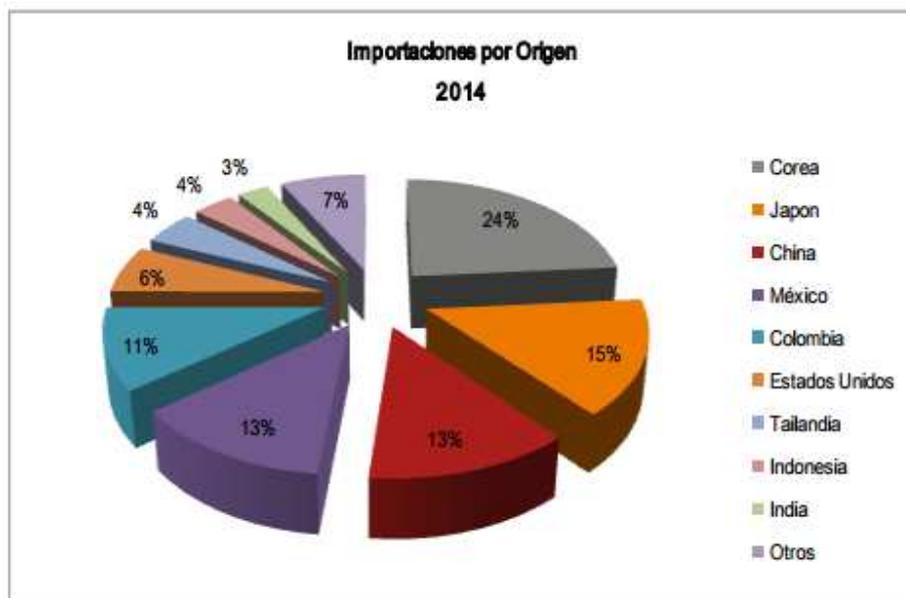


Figura 11 Importaciones de Países por Origen

Fuente: Asociación de las empresas Automotriz del Ecuador

De acuerdo al análisis sectorial en el Ecuador el sector automotriz ocupa un lugar importante en el mercado del comercio ya que genera ingreso a las actividades económicas

ya sean directas o indirectas. De acuerdo al censo económico el que lidera la tabla en el comercio automotriz son la Provincia del Guayas con un 6.545 y la Provincia del Pichincha con 6.362 establecimientos en el Ecuador (Peña & Pinta, 2012)

Establecimientos por provincia

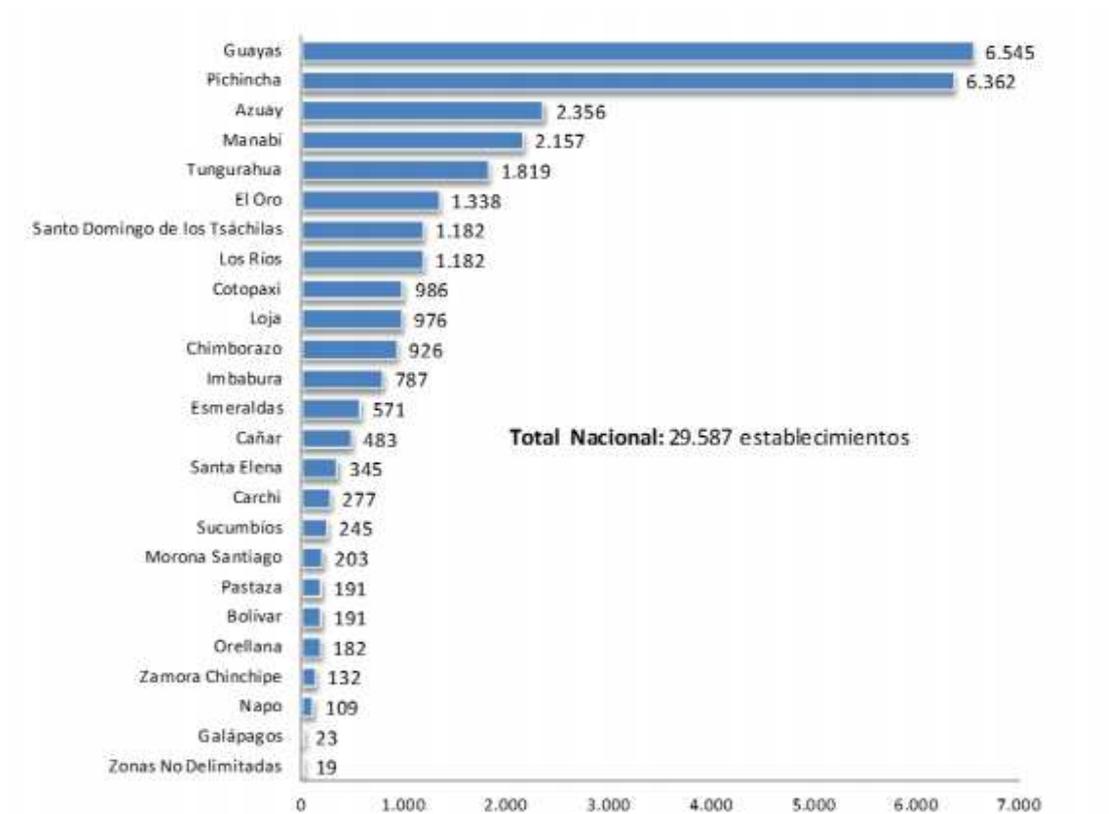


Figura 12 Establecimiento por Provincia el sector automotriz

Fuente: Censo Nacional Económico 2012

Tabla 2 Producción Local

Producción de la industria Local

Producción de Vehículo en el Ecuador	Autopartes
Autos tipo sedán con motor a gasolina de 4 puertas	Llantas y neumáticos para auto, camioneta y camiones
Autos hatchback con motor a gasolina de 5 puertas	Alfombras, termoformadas y planta, insonorizantes para piso, techo, motor y capot
Autos tipo jeep 4x4 y 4x2 de motor a gasolina T/A y T/A	Asientos para autos: individuales, delanteros y posteriores
Camionetas con motor gasolina y diésel, con cabina simple o doble ya sea 4x4 y 4x2 T/A y T/M	Forros para asiento de autos y tapicería
Vehículos para transportar pasajero (busetas) con motor a diésel T/m	Materiales de fricción para frenos automotrices y productos relacionados con el sistema de frenos y embragues
Buses carrocerías, carrozas para buses de transporte de pasajeros bus urbano, inter estatal escolar y turístico	Silenciadores y sistemas de escape
	<ul style="list-style-type: none"> • Vidrios y parabrisas para los autos • Hojas de paquetes de resortes o muelles de ballestas • Filtros de combustible para línea automotriz • Ensamble de auto radios y fabricación de arneses de cable para sistema de audio • Acumuladores de baterías

Fuente: Cámara de la industria automotriz Ecuatoriana (CINAE)

2.4.1. Cuantitativo

Desde el año 2002 hasta el 2010 las ventas de los autos tuvieron una demanda creciente, pero a partir del año 2011 en los análisis se dio a conocer que la demanda de los autos tuvieron una demanda decreciente esto se generó por las restricciones gubernamentales tales como los impuestos y aranceles, restricciones a las importaciones y a algunas normas de seguridad técnica, dada estas restricciones las ventas de los vehículos livianos y pesados fue afectando al Producto Interno Bruto.(Uribe, 2014)

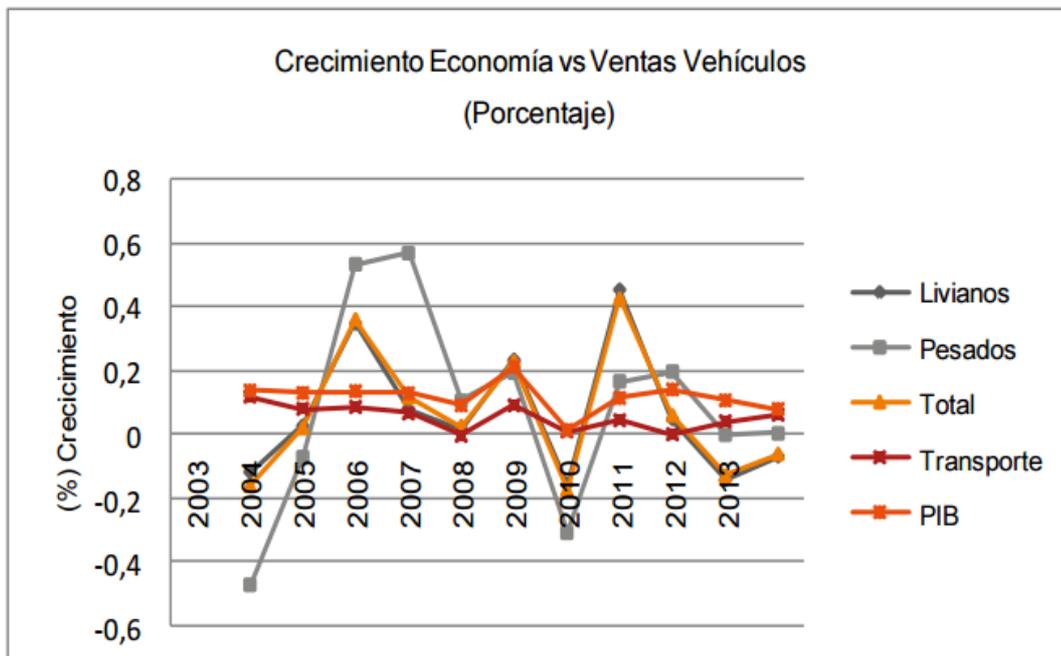


Figura 13 Crecimiento de Ventas de Vehículos

Fuente: Banco Central del Ecuador

2.5. Restricciones del Sector Automotriz en el Ecuador

Según Vacas, (2014) las restricciones que se dan en el sector afectan mucho a la matriz productiva ya que este sector es fundamental para el País, las restricciones no favorecen al país por la resolución que establece el Comité de Comercio Exterior (COMEX). La COMEX tienen la potestad de regular, limitar las exportaciones e importaciones, circulación de comercio, mercaderías extranjeras, y comercio exterior según el Código de la Producción, comercio e Inversiones, Art 72.

Las restricciones que han impuesto el COMEX acerca de los cupos de importaciones han generado una gran variación en el comercio del sector automotriz, y afecta a los sectores que conforman el sector automotriz como la manufactura, Servicio y el comercio. De acuerdo a como se va variando el sector esto da desconfianza en inversiones nacionales y también desconfianza en los proveedores que están buscando nuevos mercados, aumento de liquidez y nuevas inversiones en el sector de Ecuador.

Resolución COMEX 051 el 15% se incrementa en los aranceles para los CKD¹ y los SUV que sean de gasolina y tengan el cilindraje menor o igual a 1500cc, las camionetas y camiones CKD ultralivianos que obtengan un peso bruto menos o igual a 4.53Ton de diésel o gasolina. Este arancel también se aplica a los automóviles de diésel de cualquier cilindraje (Directorio Automotriz Ecuatoriano, 2016)

¹ *Completely knocked Dow (vehículos desarmados)*

La restricción para las Importaciones de vehículos que se dan en el sector es tanto en dólares como en unidades y esto afecta a la matriz productiva ya que esto incrementa ingresos al País tanto en exportaciones, en mercado interno. Según para el 2017 el Ministerio Coordinador de la Producción se quiere alcanzar en importaciones el \$3121 millones de dólares esperando aumentar la producción dentro del sector automotor.

De acuerdo a la Resolución 018-2015 El pleno del Comité de Comercio Exterior de la República del Ecuador que el artículo 6 del Convenio de Complementación del Sector Automotriz, aprobado por los gobiernos de Colombia, Ecuador y Venezuela a través de la Resolución de la Secretaria Andina, Publicada en el Registro Oficial 363 de 18 Enero del 2000, estipula que con el ambiente, de defensa del consumidor y de propiedad industrial, los países participantes solo autorizan la importación de vehículos nuevos, del año en que se realiza la importación o siguiente. Igualmente solo se autorizan importaciones de componentes, partes y piezas nuevas y sin reconstruir o reacondicionar. (Comercio Exterior Gobierno Nacional de la Republica del Ecuador, 2015)

2.6. Evolución del Sector Automotriz

En el Ecuador el sector automotriz desde años atrás da un crecimiento de ventas constantes por año, pero con las nuevas leyes que se decretaron no han favorecido al sector automotriz dada las limitaciones del sector no puede seguir con su crecimiento. En el sector automotriz se puede establecer la reducción de costos como una alternativa para que el sector no pueda llegar a una crisis financiera y las empresas de este sector se mantengan con una economía y finanzas estables. (Quisiguiña, 2016)

Las crisis del sector automotriz se dan por la preocupación de las leyes impuestas al sector, como los incrementos de impuestos arancelarios, el impuesto verde que consiste para los vehículos con mayor cilindraje y algunos requisitos que piden el gobierno para la seguridad de las personas, principalmente otorgadas a la disminución de importaciones de vehículos. Esto afectó a los sectores desde el año 2013 como las importaciones, la manufactura nacional que ha disminuido en el transcurso de los años. (Quisiguiña, 2016)



Figura 14 Evolución del Sector Automotriz

Fuente: BCM del Ecuador

En los años del 2009 por los factores del sector automotriz que son los aranceles, las importaciones y los impuestos han afectado para el incremento de la oferta dentro de una demanda creciente que por ende el alza de precios de los autos van variando constantemente y esto afecta a las ventas del sector automotriz, en el presente grafico se puede observar el cambio que se ha ido transcurriendo desde el 2002 hasta el año 2013, a partir del año 2011 se observa una baja de las ventas eso fue dado por el poco ingreso de las importaciones que se dieron a partir de ese año, de ahí en los anteriores años no se ve disminución de ventas por años consecutivos.



Figura 15 Unidades vendidas 2002-2013

Fuente: BCM Ecuador 2015

En el 2011 las ventas crecieron esto se dio porque se vendieron 139.893 unidades es decir el 5.84% más que el año 2010 en las marcas de Chevrolet, Hyundai, Nissan, Toyota, Mazda, Kia de diferentes modelos de automóviles



Figura 16 Ventas según marcas de vehículos

Fuente: AEADE

Según AEADE en el 2015 se dio a conocer ventas inferiores de 96000 unidades en el sector automotriz esto da una gran variación entre los años del 2002 hasta el 2011, esto también afecta los ingresos del sector de manufactura que a la vez afecta el empleo del sector. En el año 2013 las importaciones fueron un 51.23% y el sector de ensamblaje alcanzo un 48.77% pero de igual manera no es suficiente para las ventas que se anunciaron en el año 2011 que el gobierno tomo medidas de cambio para la matriz productiva del

sector automotriz. En el año 2015 las ventas fueron negativas en todos los vehículos como los automóviles un -12.11%, camionetas -31.87% y los SUV el -23.76%.

En el sector de manufactura también se observó reducciones en las importaciones ya que en el año 2012 obtuvieron 23386 exportaciones en comparación para el año 2013 fueron 6514 unidades



Figura 17 Evolución de Ventas por marcas de Vehículos

Fuente: BCM Ecuador

La evolución de las ventas para el periodo del 2015 fueron números negativos, en automóviles, camionetas y SUV, Tomando en cuenta que a la vez se fueron afectando los sectores de importaciones, manufactura y exportaciones generando pocos ingresos para el sector y el país. En el sector de manufactura los factores que son afectados son las partes

de ensamblaje ya que el país más se destaca en ensamblar autos nuevos y eso ha afectado la capacidad para adquirir vehículos nuevos. (Quisiguina, 2015)

Factores que varían el alza de precio es son los nuevos estándares que se han implementado a la seguridad que ahora debe llevar los automóviles, ya que la implementación de seguridad es muy costosa esto incluye Frenos ABS en las cuatro llantas, sistema de control de estabilidad, díselos de protección para soportar impactos frontales, doble airbag, cinturones de seguridad de tres puntas, asientos y sus anclajes como apoyacabezas, el avisador acústico del uso del cinturón. (Uribe, 2015)

Las restricciones por el cupo afecta a los vehículos livianos y la sobretasa en la balanza de pagos afecta a los vehículos pesados, el arancel es del 15% a tracto camiones esto fue decretado en enero del 2015 y en marzo del 2015 se decretó una salvaguardia a la balanza de pagos a todos los camiones por 45% en total el impuesto es por 50%. Las ventas se concentraron un 40% en Automóviles, SUV el 26% y en tercer lugar las camionetas con un 19%



Figura 18 Tipos de Vehículos en el mercado

Fuente: AEADE

Tabla 3 Fortalezas y Debilidades del sector automotriz

Fortalezas del sector	Debilidades del Sector
<ul style="list-style-type: none"> • Presencia de varios años • Certificados de calidad internacionales • Especialización en ensamblaje de varias marcas • Personal calificado • Sectores de empresas ensambladoras y concesionarias • Países cercano en exportación como: Venezuela, Colombia, Perú y Bolivia 	<ul style="list-style-type: none"> • Sector que depende de la Banca • Se utiliza la capacidad instalada y dificulta economías de escala. • Efecto negativo e importaciones de vehículos y autopartes en la balanza comercial • Oligopolio • Una sola compañía llega a estar posicionada el 50% del mercado nacional • Contaminación de medio ambiente

Fuente Calificadora de Riesgo Pacific Credit Rating S.A

En el sector se dan cambios muy a menudo que afectan a las políticas de financiamiento por parte de las instituciones financieras, según la resolución No. 043-2015-F DE LA JUNTA Política y regulación Monetaria se establece que es muy fundamental que se den créditos para la incrementación de la productividad y la competitividad de la matriz productiva para así alcanzar los objetivos del sector y poder satisfacer las necesidades del país (Uribe, 2015)

2.6.1. Evolución de las Exportaciones en el Sector Automotriz

Según en el gráfico el FOB registra variaciones desde el 2006 en exportaciones ya que es el puesto de carga de convenio de libre a bordo, esto se da cuando hay convenios de transacción para los importadores y exportadores de manera marítima o fluvial. Según convenga al país.

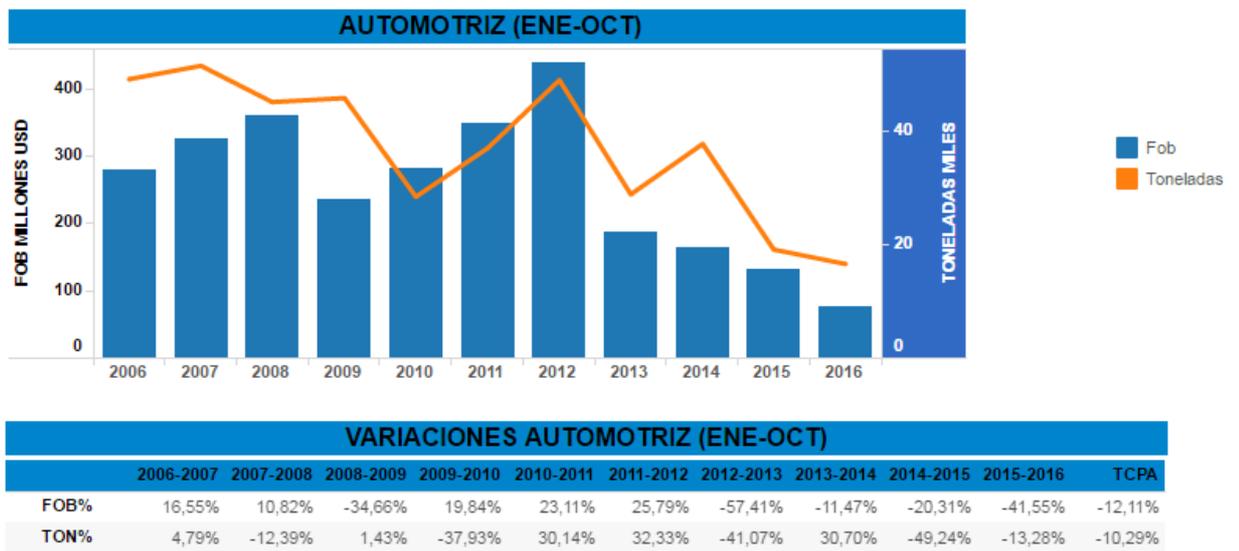


Figura 19 Evolución de exportaciones

Fuente: Proecuador

Los países destinados en la exportación se encuentran Colombia que lidera el mercado de exportación, Venezuela, Chile, México, Perú, Estados Unidos, Bolivia, Republica Dominicana, Puerto Rico, etc. El siguiente grafico se toma los datos desde el 2013 hasta el 2015.

AUTOMOTRIZ MILES USD FOB (ENE-OCT)								
PAÍS	2013		2014		2015		2016	
	FOB	TON	FOB	TON	FOB	TON	FOB	TON
BOLIVIA	1.931	378	932	198	2.260	552	2.475	633
REPÚBLICA DOMINICANA	3.050	1.578	1.970	1.008	2.147	981	3.635	1.771
MARRUECOS					815	32		
BARBADOS	409	123	364	107	435	123	547	157
JORDANIA					384	260		
PUERTO RICO	473	253	463	249	286	151	52	26
CHINA			7	2	230	34	17	2

VARIACIONES AUTOMOTRIZ (ENE-OCT)								
PAÍS	2013-2014		2014-2015		2015-2016		PART. 2015	
	FOB%	TON%	FOB%	TON%	FOB%	TON%	FOB%	TON%
COLOMBIA	23,07%	16,03%	-29,95%	-25,76%	-66,83%	-45,46%	71,64%	59,88%
VENEZUELA	-81,98%	-79,85%	46,66%	-1,27%	20,68%	47,35%	10,91%	9,11%
CHILE	7,62%	24,48%	-12,78%	2,48%	35,50%	16,49%	5,51%	12,17%
MÉXICO	10032,85%	7086,63%	52,32%	-93,98%	21,88%	3687,24%	2,33%	0,16%
PERÚ	-22,85%	1433,41%	-31,25%	-96,02%	11,35%	19,24%	1,99%	3,09%
ESTADOS UNID..	-4,86%	-32,99%	8,32%	-21,09%	18,35%	-36,48%	1,94%	3,37%
BOLIVIA	-51,73%	-47,64%	142,45%	178,88%	9,53%	14,69%	1,72%	2,88%
REPÚBLICA DO..	-35,39%	-36,10%	8,95%	-2,67%	69,32%	80,52%	1,63%	5,11%
MARRUECOS	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	-100,00%	-100,00%	0,62%	0,16%

Figura 20 Exportación del sector de destino

Fuente: PROECUADOR

2.7. Actualidad del Ecuador en el Sector Automotriz

En el 2016 se ha observado un cambio drástico en la producción de los vehículos en Enero se registró un declive del 58% que en unidades con 13.451 comparado con el año anterior para el mismo periodo, estos resultados causa problemas y desconfianza en el sector automotriz y esto se registra un valor negativo en la matriz productiva del Ecuador. Según Molina Diego ejecutivo del CINAE esto se da porque las personas tienen desconfianza en solicitar créditos para la compra de vehículos ya que han sido rechazados los créditos. (La Hora Nacional, 2016)

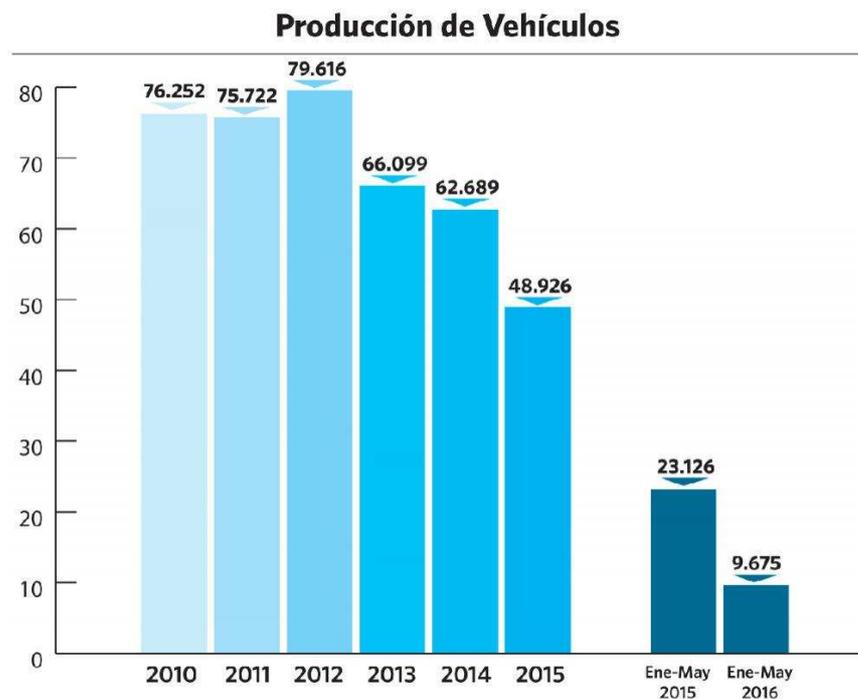


Figura 21 Producción de Ventas

Fuente: Periódico La Hora 2016

De acuerdo al CINAE (2015), otros sectores generaron 4.710 plazas de trabajo en compañías de autopartes y en empresas de ensamblaje 1.534 se redujo en comparación con el 2014 que en autopartes genero 5.046 y ensamblaje 2.106 puestos de trabajo. Para el 2016 entre los meses de enero y mayo tuvieron una reducción de Ventas a 41% que esto se valora en unidades 16.824 menos que el año 2015, aunque en el mes de mayo obtuvieron mayor flujo en los negocios.

Según Gloria Navas presidenta de La Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador las ventas cayeron un 35% en el país, El año 2015 se dejó de vender 40000 autos y se dejaron de producir 8000 viajes para el país. En el 2015 se vendieron 80 mil unidades y en el 2014 se vendieron 12000 unidades.



Figura 22 Ventas Totales

Fuente: AEADE

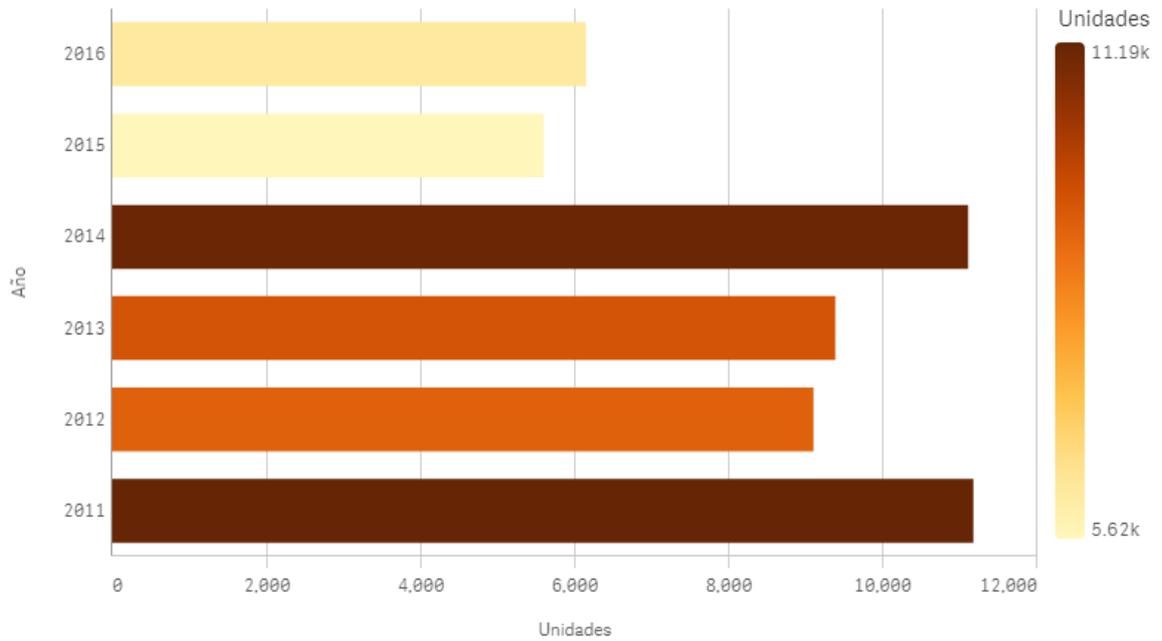


Figura 23 ventas en unidades

Fuente: AEADE

En el 2016 el Total de unidades vendidas 24.926 unidades que corresponden a los vehículos livianos con un porcentaje 87.9% y de vehículos comerciales con un 12.01%. El mercado del Sector automotriz hoy en día tiene la ventaja que el COMEX tomo la decisión de habilitar los cupos en la importaciones de 51 millones que en año 2017 se eliminara esta restricción esperando que en el 2017 cubran las necesidades de financiamiento y habilitar los mercados relacionados, mejorando la economía en sector automotriz (AEADE, 2016)

Según la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador en Vehículos Comerciales en el 2016 se han vendido un 51.4% de Camiones liderando el mercado automotriz que en unidades son 3.14 mil, a continuación son las VAN con un porcentaje de 29.9% con 1.83 mil unidades en el 2016 y los Buses con un porcentaje de 18.7% con 1.14 mil unidades

Unidades Comerciales - 2016

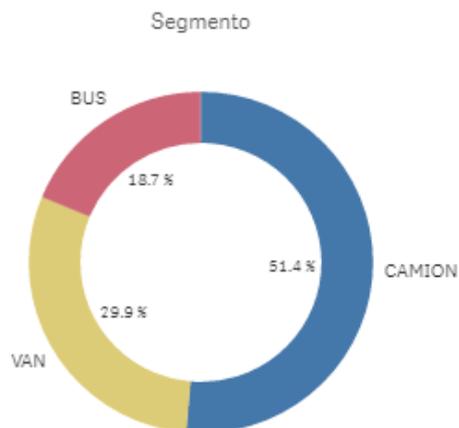


Figura 24 Unidades Comercializadas de vehículos 2016

Fuente: AEADE 2016

En vehículos livianos el que lidera el mercado son los automóviles 23.23 mil unidades con un porcentaje de 52.6%, el que le sigue es las SUV 12.17 mil unidades comercializadas con un porcentaje de 27.5% y las camionetas 8.79 mil unidades a un 19.9% de vehículos livianos en el mercado automotriz

Unidades Livianos - 2016

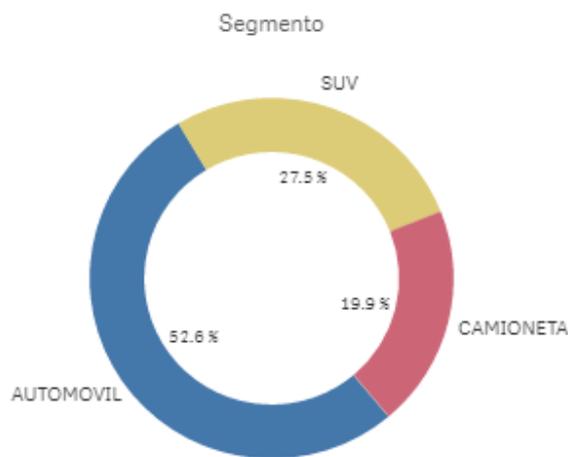


Figura 25 Unidades Livianos comercializadas 2016

Fuente: AEADE

Las ventas de los Buses y camionetas han bajado el 54% esto se ve reflejado desde el mes de enero hasta septiembre del 2016, esto se da por la salvaguardia que se ha implementado, las cargas impositivas y las restricciones de las importaciones como se ha dicho anteriormente. Esto hace que en el Sector automotriz en las ventas tengan un déficit ya que se ha subido los precios de los vehículos. El cálculo arancelario que antes se detallaba en 35% ahora está en el 40%, impuesto especiales del 5% ahora al 35%, las divisas del 5% más IVA al hoy en día está al 14%, Las cargas Tributarias antes al 57% y ahora el 92%, esto varía según el costo del vehículo. (El universo , 2016)

Venta de vehículos por unidades Años 2010 a 2015



Figura 26 Ventas de Vehículos 2010-2015

Fuente: AEADE

Fuente: El universo

Por otra parte no solamente las ventas están afectadas sino que también las empresas de ensamblaje por las limitaciones y las políticas que están restringiendo la entrada al país de partes de los vehículos de la producción local por el incremento de los aranceles de CKD es decir la materia prima para la fabricación de la producción del país que ha subido de un 5% al 18% desde el año 2015. Esto afecta mucho ya que para la producción es un porcentaje del 15% al 22% de materiales importados. Las marcas de Chevrolet 47%, Kia 11%, Hyundai 5%, Suzuki 7%, concentran el 70% de las ventas (El universo, 2016)

CAPITULO 3

3. Detallar el marco metodológico aplicado en la presente investigación

3.1. Enfoque de la investigación

En el trabajo a realizar de la siguiente investigación se tomó la decisión que se va a utilizar un enfoque mixto que en el transcurso que se va realizando este trabajo se van utilizando para así poder llegar a obtener la información que se necesita para el proyecto.

En el proyecto se va a tomar ambos enfoques tanto el cuantitativo como el cualitativo porque cada uno tiene características muy importantes para la ejecución de este proyecto de investigación, en un lado tenemos el enfoque cuantitativo porque al realizar dicho proceso se va a necesitar la ayuda de números para poder calcular y calificar de una manera más numérica las repuesta de los entrevistados y así llegar a un entendimiento más exacto en cuanto a gustos de este proyecto.

El enfoque cualitativo, al utilizarse primero en descubrir y refinar una series de pregunta de investigación sin la necesidad de utilizar datos numero para las conclusión de la investigación, como las conclusiones, la observaciones, las opiniones en general y su pensamiento, la flexibilidad de este tipo de pregunta le permite al investigador poder analizar de mejor manera la opinión personal del encuestado (Ruiz Medina, Borboa Quintero, & Rodríguez Valdez , 2013)

Se definió como una investigación mixta también porque, el enfoque cuantitativo te permite como investigadores poder utilizar como ventaja de forma práctica en funcionamiento importante de los números, que en la encuesta a realizar desde el principio de la investigación se denotaran objetos que se deben calificar o responder de esta manera numérica y obteniendo las respuestas deben contestar las distintas variables dependiente y a la vez las variables independientes y que está íntimamente ligada a los objetivos y la proposición, contando con la realización de una encuesta para así poder recolectar la información que se va a realizar a una muestra de que se ha obtenido de la población que se va a estudiar en este caso son las micro pymes del sector automotriz en la provincia las Guayas y Manabí, para después ingresar la información a un software (Excel) de te va a ofrecer o te permite ordenar datos de tabulación para poder ver si esta proposición es aceptada en la muestra tomada como punto de investigación (cuadrada de Pearson), (Ruiz Medina , Borboa Quintero , & Rodríguez Valdez , 2013)

3.2. Modalidad básica de la investigación.

La investigación a realizar se encuentra se encuentra dentro de dos tipos de investigación que es la de campo y la documental.

3.2.1. Investigación de campo

Es la cual necesita de una planeación para poder organizar y dirigir de manera correcta para captar la información que se va a recolecta de la investigación al respecto de las micro pymes en el sector automotriz. Se utiliza diferentes técnicas para recaudar datos, eso depende de las características de estudio que se está realizando, de la proposición de los objetivos que se presenta en la investigación, de la disponibilidad de tiempo ya sea del investigador como del investigado, también de recursos materiales y económicos y así entre otros. Este tipo de investigación que es la de campo se apoya en la investigación documental (por medio de documentos o encuestas), y todo lo investigado se puede convertir en un futuro en una fuente de investigación para otros tipos de proyectos a realizar. (Rojas Soriano, 2009)

La investigación se va a realizar en las provincias de Guayas y Manabí, dirigidas a un punto económico que son las micro pymes del sector automotriz del Ecuador, se mantendrá una relación directamente con cada uno de los dueños o gerentes de las micro pymes y se procederá a realizar una encuesta que va a contener un serie de preguntas las cuales nos va a permitir conseguir información para comprobar si este proyecto es aprobado por los encargado de las empresas.

3.2.2. Investigación documental.

Según Alfonso (1995), la investigación documental es un procedimiento científico, un proceso sistemático de indagación, recolección, organización, análisis e interpretación de información o datos en torno a un determinado tema. Al igual que otros tipos de investigación, éste es conducente a la construcción de conocimientos.

La investigación documental tiene la particularidad de utilizar como una fuente primaria de insumos, más no la única y exclusiva, el documento escrito en sus diferentes formas: documentos impresos, electrónicos y audiovisuales. Sin embargo, según Kaufman y Rodríguez (1993), los textos monográficos no necesariamente deben realizarse sobre la base de sólo consultas bibliográficas; se puede recurrir a otras fuentes como, por ejemplo, el testimonio de los protagonistas de los hechos, de testigos calificados, o de especialistas en el tema.

Las fuentes impresas incluyen: libros enciclopedias, revistas, periódicos, diccionarios, monografías, tesis y otros documentos. Las electrónicas, por su parte, son fuentes de mucha utilidad, entre estas se encuentran: correos electrónicos, CD Roms, base de datos, revistas y periódicos en línea y páginas Web. Finalmente, se encuentran los documentos audiovisuales, entre los cuales cabe mencionar: mapas, fotografías, ilustraciones, videos, programas de radio y de televisión, canciones, y otros tipos de grabaciones. Las formas de hacer referencias a todos estos documentos están amplia y detalladamente explicadas en los manuales de referencias, entre los cuales cabe mencionar: APA (2001) y el Comité Internacional de Editores de Revistas Biomédicas (2001).

Como en el proceso de investigación documental se dispone, esencialmente, de documentos, que son el resultado de otras investigaciones, de reflexiones de teóricos, lo cual representa la base teórica del área objeto de investigación, el conocimiento se construye a partir de su lectura, análisis, reflexión e interpretación de dichos documentos.

En dicho proceso se vive la lectura y la escritura como procesos de construcción de significados, vistos en su función social. En cuanto a la lectura, se tiene la posibilidad de elegir los textos que se desean leer y aquéllos que son pertinentes y significativos para las investigaciones. No se persigue un significado único; se busca la construcción de la propia comprensión del texto, la explicación de la realidad a la que se hace referencia. La lectura es, en este sentido, un instrumento de descubrimiento, de investigación, de esparcimiento y de aprendizaje; por lo tanto, es fundamental para el desarrollo de los proyectos.

La escritura, al igual que la lectura, está presente permanentemente en el desarrollo de los proyectos. En este proceso, escribir es construir significados, es compartir, por escrito, el producto de la indagación, las reflexiones, observaciones, vivencias, lecturas, entre otras. Se escribe con propósitos claros y para una audiencia real. Por lo general, se escribe para compartir con otros, los estudiantes que consultarán en la biblioteca el resultado de sus indagaciones, los pares o la comunidad académica en general.

Existe, según Alfonso (1995), la UNA (1985) y Vásquez (1994), una serie de pasos para desarrollar la investigación documental y hacer de ésta un proceso más eficiente, conducente a resultados exitosos. Debe considerarse, sin embargo, que dicho procedimiento no implica la prescripción de pasos rígidos; representa un proceso que ha sido ampliamente utilizado por investigadores de distintas áreas y ha ofrecido resultados

exitosos. Sin embargo, todo depende del estilo de trabajo, de las habilidades, las posibilidades y la competencia del investigador. Su experiencia con la investigación y con la lengua escrita, su competencia lingüística y sus conocimientos previos podrían optimizar el proceso de indagación, suprimiendo o incorporando elementos. Es, en consecuencia, un marco de referencia y no una camisa de fuerza. (Morales, 2003)

La presente investigación cuando sea culminada se presentará en páginas web, revistas, libros, etc. para que así pueda ser utilizado por otras personas que la necesiten.

3.2.3. Nivel o tipo de investigación.

La investigación a realizar se encuentra dentro de dos tipos de investigación que son: la investigación exploratoria y descriptiva.

3.2.4. Investigación exploratoria.

Se considera como el primer acercamiento o la primera que llega al punto de un problema determinado del cual se está investigando. Se pone en práctica este tipo de investigación cuando el problema todavía no ha sido abordado o no ha sido punto de estudio de manera completa, las condiciones existentes no son aun determinadas. Las investigaciones de este tipo se enfocan en descubrir o presentar que las cualidades que ya existen tenga alguna relación directa con algún hecho precedente, que de una u otra manera hay afectado de alguna forma con una condición de un hecho presente. (Metodología de la Investigación, 2011)

Teniendo muy presente un concepto básico o un conocimiento general de los tipos de métodos de investigación ya presentado el reciente trabajo se enfocara en la investigación descriptiva y exploratoria, debido en que es esta investigación se va a buscar datos o información que se van guardando para después llegar a una conclusión final para demostrar un resultado de manera correcta y adecuada por eso se toma la decisión de trabajar con este tipo de investigación.

3.3. Población y muestra.

3.3.1. Población.

Es la colección de datos que corresponde a las características de la totalidad de individuos, objetos, cosas o valores en un proceso de investigación.

Para su estudio, en general se clasifican en Poblaciones Finitas y Poblaciones Infinitas.

Poblaciones Finitas: Constan de un número determinado de elementos, susceptible a ser contado. Ejemplo: Los empleados de una fábrica, elementos de un lote de producción, etc.

Poblaciones Infinitas: Tienen un número indeterminado de elementos, los cuales no pueden ser contados. Ejemplo: Los números naturales. (Rosales G, 2011)

Es decir, se va a proceder a escoger a un grupo de persona que tienen algo en común en este caso serán las micro pymes del sector automotriz de Guayas y Manabí que procederán a ser objetos de estudios.

La unidad de nuestro análisis van a ser los dueños o encargado de micro pymes en el sector automotriz de las provincias de Guayas y Manabí.

El concepto de la investigación se enfoca en si en todo micro pymes que tenga algo relacionado con este sector y que se encuentren ubicados en estas provincias para saber cuáles son los pensamientos de cada dueño de estos negocios en cuanto a la asociatividad de las mismas y para saber si se puede ejecutar este proyecto.

3.3.2. Muestra.

Es una parte representativa de la población que es seleccionada para ser estudiada, ya que la población es demasiado grande para ser estudiada en su totalidad” Allen Webster.

Ya que se ha definido que es población y muestra, se procede a definir dos conceptos que se encuentran íntimamente relacionados a ellos:

Parámetro: Son las medidas o características descriptivas inherentes a las poblaciones. Los salarios promedio de todos los empleados de una empresa, puede ser un ejemplo de parámetro.

Estadístico o Estadígrafo: Son las medidas descriptivas inherentes a una muestra, las cuales pueden usarse como estimación del parámetro. Como ejemplo podría tomarse los salarios promedio de una muestra de los empleados de la empresa.

El proyecto de investigación que se está realizando a trabaja con una población de 151 micro pymes en el sector automotriz de estas dos provincias y con la formula estadística se puedo determinar una muestra de 101 empresas a encuetar o ser campo de estudio, las mismas pueden ser a elección o al azar propia y sin un orden específico.

3.4. Estudios

Para en análisis sectorial del proyecto se necesitó la población total de las micro pymes del sector automotriz que existen en el Ecuador, para conseguir ese dato se buscó en la Súper Intendencia de Compañías del Ecuador, en esta institución del Ecuador se pueden encontrar toda la información al respecto de las empresas que existen en el país, cabe destacar que en esta institución se encuentra registradas las empresas reales que cuentan con su propio nombre jurídico, que respetan y se rigen a las leyes de la constitución del país.

Tabla 4 Microempresas por regiones

REGIONES EN MICROEMPRESAS	
COSTA	163
SIERRA	103
ORIENTE	2
	268

Fuente Superintendencia de compañías 2016

Se encontró muchos datos que esta entidad bota y así se empezó la realización del proyecto las pymes en todo el Ecuador está alrededor de 268 micro pymes que existen, para realizar un análisis más exacto y en si más enfocado en el proyecto, se tomó la decisión de enfocarse en una de las regiones del Ecuador que sería la Costa se pudo extraer la información que en esta parte del país existe aproximadamente 163 micro pymes, y de

esta información se tiene que hacer un estudio más pequeño y más exacto para que así este proyecto se lleva a cabo de la manera más correcta y exacta.

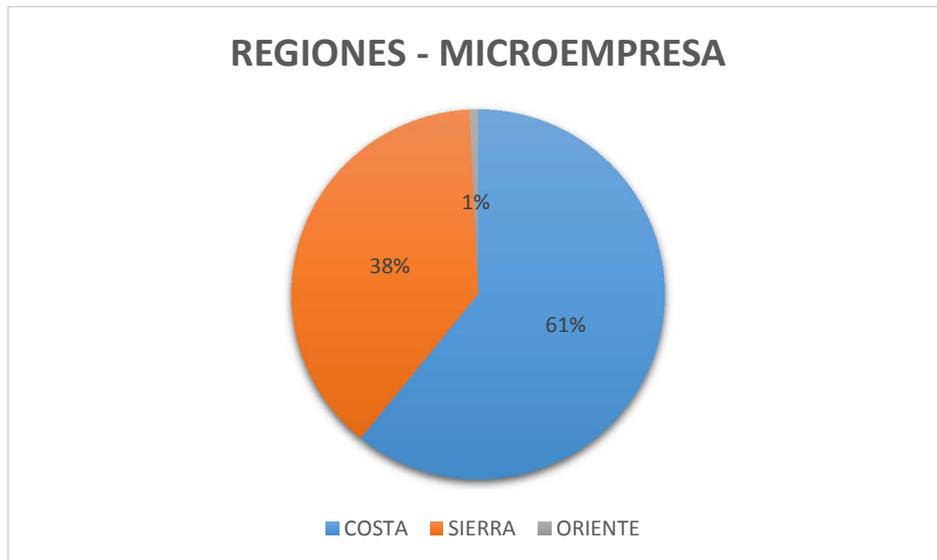


Figura 27 Microempresas por regiones en porcentajes

Fuente Superintendencia de compañías 2016

3.4.1. Análisis del sector determinado a estudiar (Guayas y Manabí)

La población de este estudio se ha tomado en la zona costa de país Ecuador, identificando dos provincias para realizar este estudio que son la provincia de Guayas y Manabí , se ha tomado la población de las micro pymes del sector automotriz de estas dos provincias identificando así la muestra de la cual se va a realizar el estudio determinado, se tomó la decisión de empezar el levantamiento de información en esta dos provincias porque en las cuales se puede contar con locales que pertenecen a este demandante sector que están interesado en realizar esta gran estrategia empresarial que la asociatividad para poderla

ejecutar en sus negocios que se dedican a lo mismo y quieren crecer de manera organizada y con un buena base para lograr una estructura adecuada.

Tabla 5 Microempresas para la muestra

101			
		MICROEMPRESAS- PROVINCIA	
89	88,88	GUAYAS	133
12	12,12	MANABI	18

Desarrollado por autores del proyecto

Como se identifica en este cuadro, se ha tomado de las Súper Intendencia de Compañías del Ecuador para poder determinar la población total del micro pymes del sector automotriz que existen en estas dos provincias costeñas (Guayas y Manabí), y que cuentan con sus papeles en regla. Después de un análisis minucioso y dividiendo los diferente tipos de negocios y al sector determinado que se encuentra cada uno se pudo identificar las siguientes cifras como población; En el guayas existen 133 micro pymes que se encuentran en el sector automotriz, y en Manabí existen 18 micro pymes en el sector automotriz, cabe recalcar que está en la cantidad de empresas micro que existen registrada en la Súper Intendencia de Compañías del Ecuador y que cuentan con su nombre jurídico y no natural otorgándose así como una empresa consolidada con existencia real y legal cumpliendo todas las normas y reglamentos que se rigen en la constitución del Ecuador

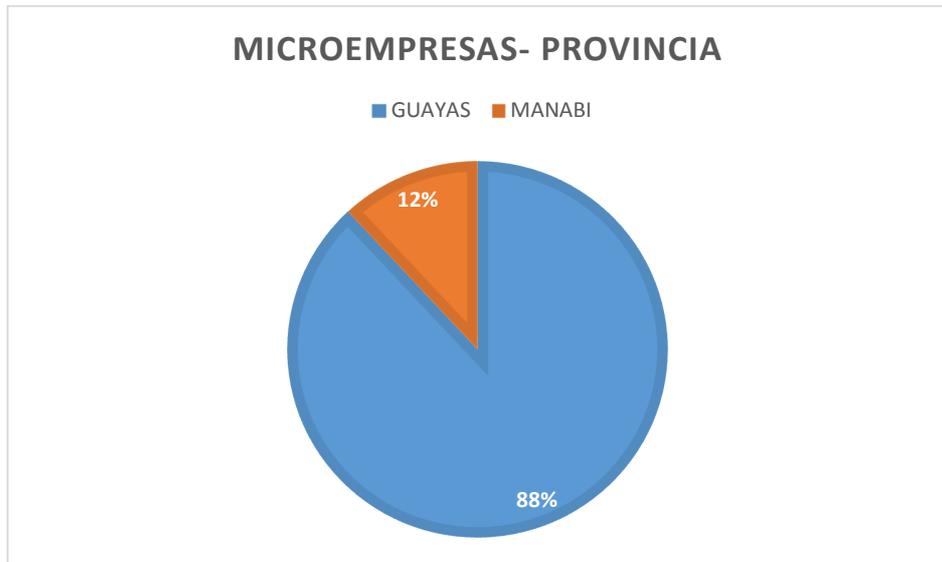


Figura 28 Microempresas por provincias

Fuente Superintendencia de compañías

En esta imagen se muestra graficamente el porcentaje que representa de toda la poblacion de las micro pymes de sector automotiz en esta dos probincias del Ecuador de la parte costera del pais, otorgando al Guayas con la mayor parte de micro pymes teniendo el 88% de la torta y dejando a Manabi con tan solo el 12%, siendo asi el esta probincia con layor porcentaje reprecenta a la economia mas alta de este analisis y en la cual se ralisara un mayor estudio para obtene losmejores resultado posibles y asi poder ayudar a estas empresas llegar a ser mejores en el futuro y ser mas consolidadas.

3.5. Metodología

La investigación descriptiva, según se mencionó, trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Esta puede incluir los siguientes tipos de estudios: Encuestas, Casos, Exploratorios, Tipos de Investigación Histórica, descriptiva y experimental Diversas formas de clasificación Básica y aplicada Documental, de campo y mixta Experimental y No experimental Exploratoria, descriptiva y explicativo Transversales y horizontales De campo o laboratorio Según la disciplina que se investiga Causales, De Desarrollo, Predictivos, De Conjuntos, De Correlación

Para identificar el pensamiento y la aceptación que tienen los dueños de las micro pymes del sector automotriz sobre la Asociatividad de los negocios se tomó la decisión de realizar un estudio de metodología descriptiva, el cual por medio de encuesta te ayuda a idéntica las opiniones de los encuestados sobre el tema que se está llevando como punto de investigación para al final por medio de estudios estadístico poder identificar que tanta aceptación tiene este proyecto que se está llevando acabó y si en un futuro se podrá ejecutar en las diferentes micro pymes para así poder llevar sus negocio a un punto más organizacional y así poder competir con negocios más grandes y estructurados y dejas de ser un simple negocio que les ayuda a vivir y transformarse en una compañía que va a ayudar en tu vida y en la vida de muchas personas más.

3.6. Metodología de investigación

En este capítulo se indica las bases y la metodología del trabajo de investigación que se está llevando a cabo. Una vez fijados los objetivos de la investigación, se expone la estructura de la muestra, dando un resumen del proceso de selección de las variables para obtener la información sobre las distintas opiniones sobre la asociatividad que tienen los dueños de las microempresas en el sector automotriz, y se explica, por último, las técnicas estadísticas utilizadas en el proceso de análisis de la información que se ha recopilado en el transcurso de la investigación.

3.7. Estructura de la muestra

El diseño general de la muestra se fundamenta en el tamaño de la población que se ha obtenido de las super de compañías de la cantidad de microempresas que existen en la región costa del país Ecuador del sector automotriz. Para ello, es necesario definir los criterios escogidos o designados que serán función de los objetivos del estudio, de la información que se tiene a disposición, de toda la estructura de las micro pymes del sector automotriz y de todos los recursos o ventajas que se pueden tener a disponibilidad para poder realizar el estudio de campo para la captación de resultados. Los criterios utilizados para la investigación deben estar correlacionados con las variables objeto de estudio teniendo en cuenta que la ganancia en precisión es, en general, decreciente al aumentar el número de estratos. Por ello, el número de criterios y estratos debe ser moderado y congruente con el máximo tamaño de muestra con el que podamos trabajar.

Tomando en cuenta la Formula de la población finita como ya está detallado antes que tiene un número determinado de cualquier elemento es decir contable pero varia en el tipo de categoría

3.8. Interpretación de los resultados de encuestas

En el estudio de mercado realizado en este proyecto se pueden obtener los siguientes resultados de la investigación realizada Tomando como fuente BIOESTADISTICO.COM (BIOESTADISTICO, 2010-2016)

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

- N = Total de la población
- Z_{α} = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión (en su investigación use un 5%).

Donde N= a 151

La confiabilidad es el 95%

El margen es el 0.5 es decir la proporción esperada

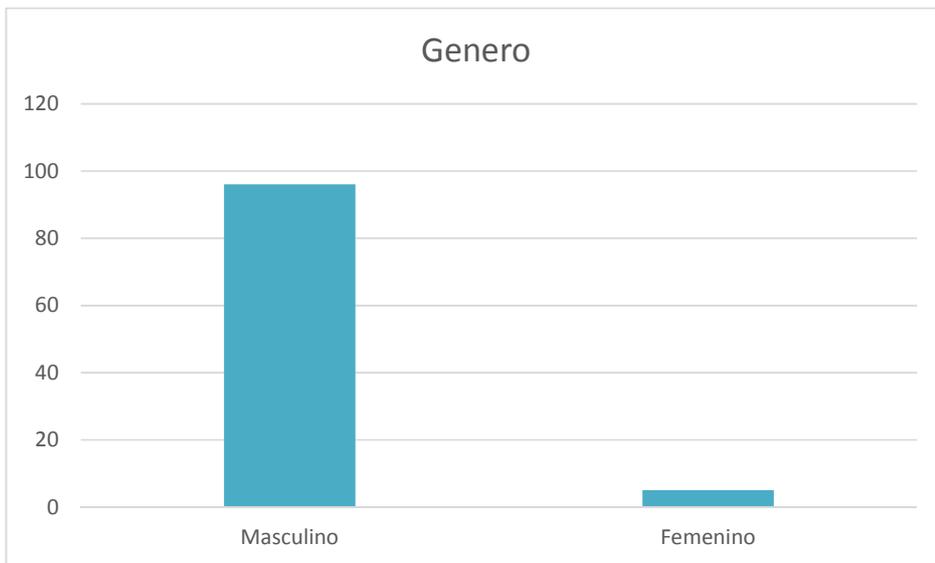
Probabilidad es el 50%

Dando como resultado una muestra de 101

3.9. Detalle de las encuestas con análisis y grafico

1.GENERO:

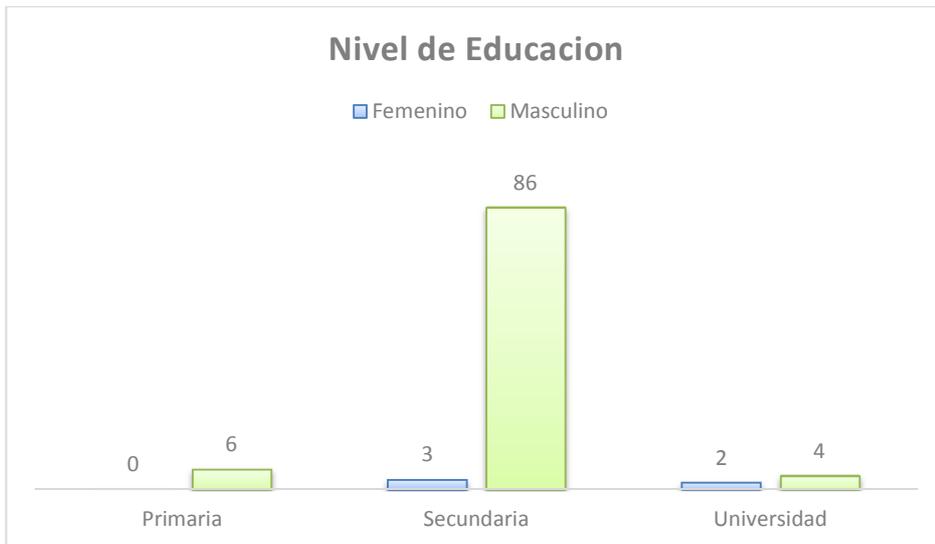
Masculino	96
Femenino	5



En el estudio realizado se puede demostrar que las mayorías de los dueños de micro pymes del sector automotriz son hombres y un mínimo porcentaje de 4% de los encuestados son mujeres, llegando como conclusión que este sector se inclina más por el género masculino que emprende en este tipo de negocios.

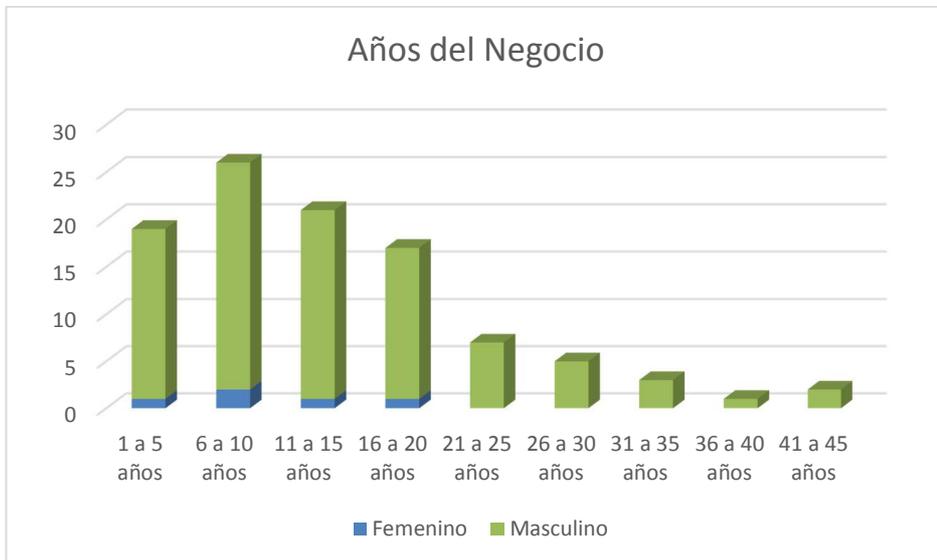
2. NIVEL DE EDUCACION

		Primaria	Secundaria	Universidad	Total
Sexo	Femenino	0	3	2	5
	Masculino	6	86	4	96
Total		6	89	6	101



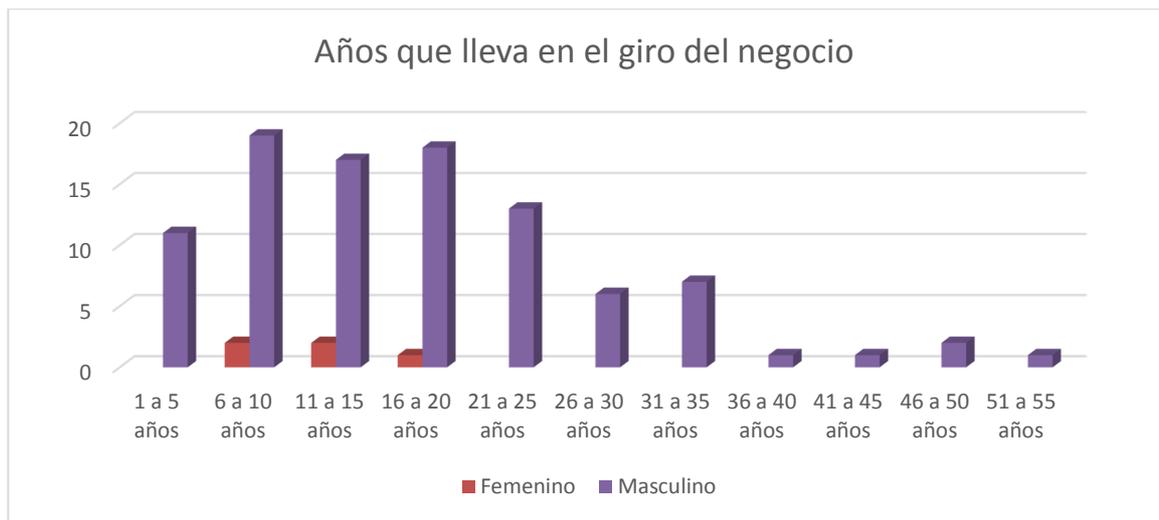
En este grafico se los categorizo por Sexo y según el análisis las microempresas que en la actualidad ejercen en el sector automotriz son del Sexo Masculino con un porcentaje de 85% de los encuestados que no han llegado a tener una carrera profesional, solo han llegado a terminar el colegio de acuerdo a esto se puede analizar que esa ha sido la decisión de ellos ya sea por herencia familiar o por necesidad de economía, A la vez también se puede ver que hay un pequeño porcentaje de 5 % son profesionales se encuentran en la rama de negocios. (Sector Automotriz)

3. ¿CUANTOS AÑOS LLEVA EL NEGOCIO



Por la encuesta analizada por el Sexo masculino los años del negocio que llevan el porcentaje mayor es de 6 a 10 años ya que este sector automotriz les ha resultado favorable para su economía y como este sector tiene más inclinación por el sexo masculino lleva un gran porcentaje este género.

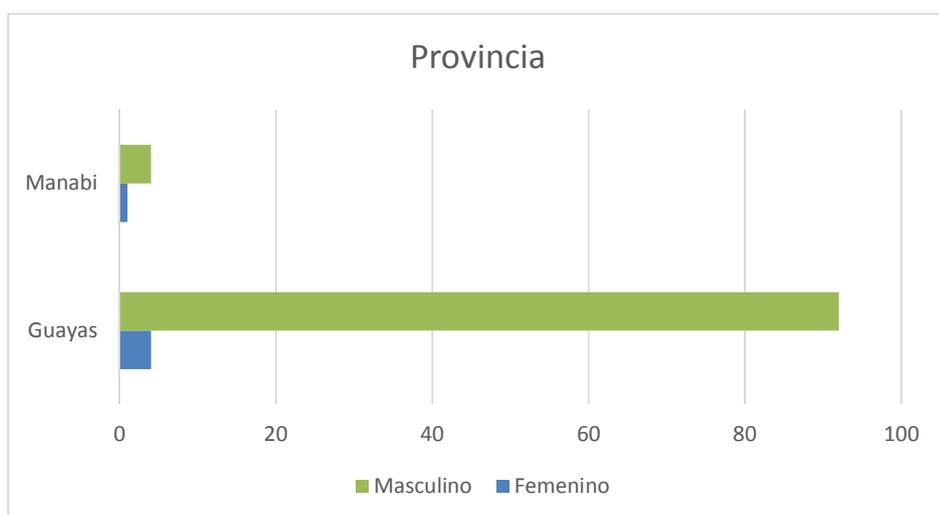
4. ¿CUANTOS AÑOS DE EXPERIENCIA LLEVA COMO PERSONA EN EL GIRO DEL NEGOCIO?



En las encuestas se pudieron encontrar de aparte de los años de negocio que llevan ejerciendo su microempresa han adquirido experiencias de otros negocios ya se de la misma rama o de sectores diferentes, pero han querido dar un paso más y tener algo propio, que hoy en día están en el sector automotriz.

5. PROVINCIA

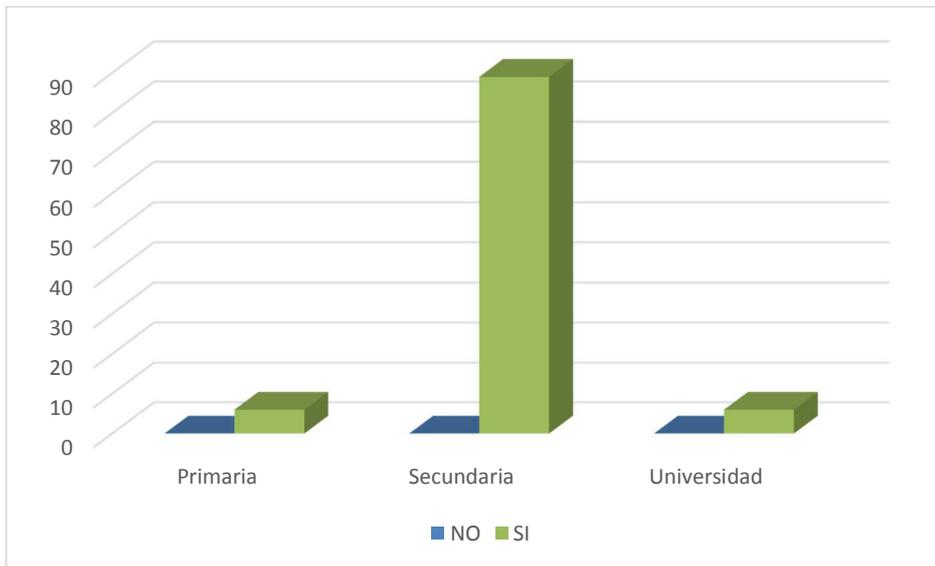
	Guayas	Manabí	Total
Femenino	4	1	5
Masculino	92	4	96
Total	96	5	101



El proyecto realizado se ejecutó en estas dos provincias de las costa del Ecuador que son Guayas y Manabí, como se puede identificar en el grafico la mayor cantidad de micropymes del sector automotriz se encuentra en la provincia del guayas liderando con un porcentaje del 95, siendo esta provincia que tiene un gran cantidad de habitantes en comparación con la provincia de Manabí, con esto podemos darnos cuenta que en la provincia de Manabí no está explotada esta industria y por ello es un beneficio para el proyecto.

6. ¿Le gustaría en la actualidad formar parte de una sociedad?

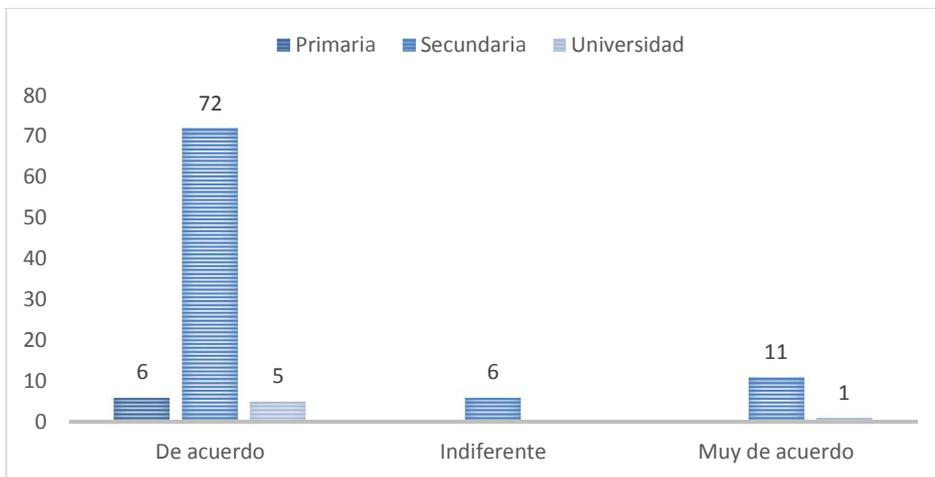
	NO	SI	TOTAL
Primaria	0	6	6
Secundaria	0	89	89
Universidad	0	6	6
Total	0	101	101



El estudio pudo determinar que el 100 % de las personas encuestadas contestaron positivamente el formar parte de una sociedad en la actualidad. Esto lleva a proponer estrategias para que se lleve a cabo dicha asociación ya que es muy beneficioso para las partes involucradas y en futuro no muy lejano este tipo de estrategia se puede ejecutar para el bien de este micro-empresario.

7. ¿Cómo consideraría el beneficio de formar parte de una asociación empresarial?

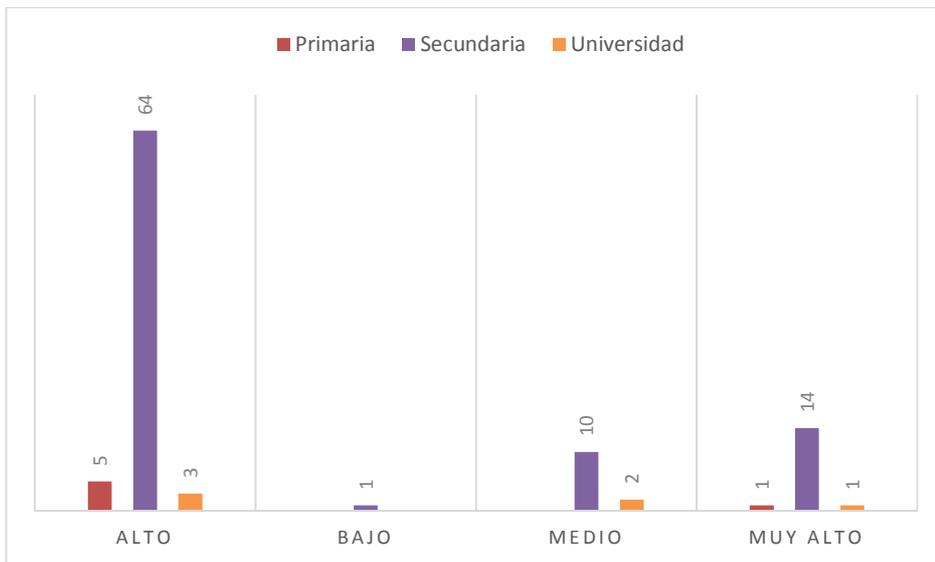
	De acuerdo	Indiferente	Muy de acuerdo	Total
Primaria	6			6
Secundaria	72	6	11	89
Universidad	5		1	6
Total	83	6	12	101



De acuerdo a las encuestas el 94% de los negocios están de acuerdo que es un gran beneficio para sus negociación esta estrategia de la asociatividad empresarial, que con más información del tema pueden llegar a estar muy de acuerdos en tomar esta decisión de asociarse.

8. ¿Usted ve a la asociatividad como un aspecto?

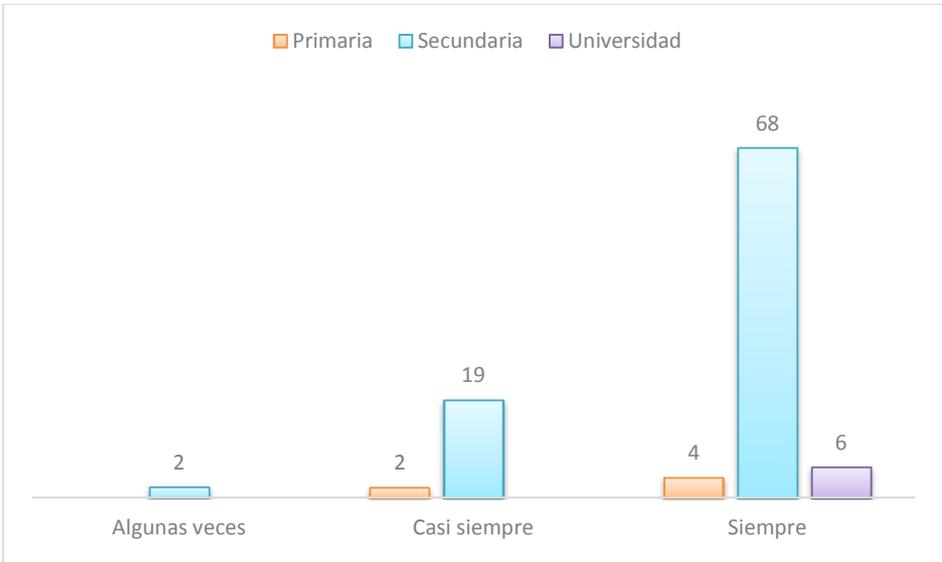
	Alto	Bajo	Medio	Muy Alto	Total
Primaria	5			1	6
Secundaria	64	1	10	14	89
Universidad	3		2	1	6
Total	72	1	12	16	101



El 87% de los negocios tienen el aspecto alto, que está considerado para las personas que tienen un conocimiento de Secundaria pero esto lleva a cabo ya que la mayor parte de los dueños de los negocios tienen ese tipo de nivel de estudio y lo consideran como un aspecto alto ya que influye y genera crecimiento en los negocios.

9. ¿Usted cree que la estrategia de asociarse brinde oportunidades de crecimiento y mejora?

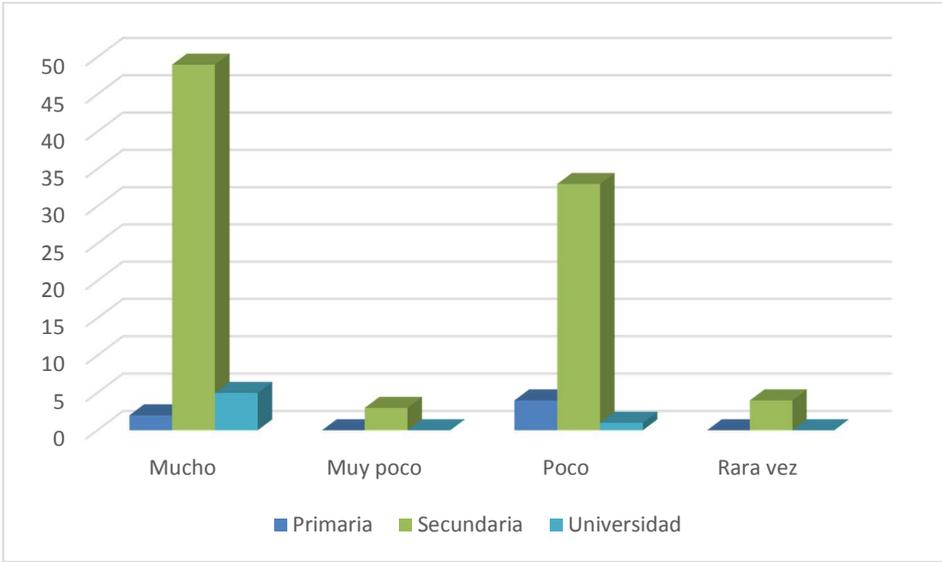
	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	Total
Primaria		2	4	6
Secundaria	2	19	68	89
Universidad			6	6
Total	2	21	78	101



La mayor parte de los encuestados, es decir el 98% de los negocios que llevan un nivel de estudio secundario su respuesta es siempre están convencidos que la asociatividad va a brindar a sus micro pymes del sector automotriz beneficiando un crecimiento y mejora en futuros años.

10. ¿En qué nivel considera que asociarse le ayudara a resolver problemas dentro y fuera de la empresa?

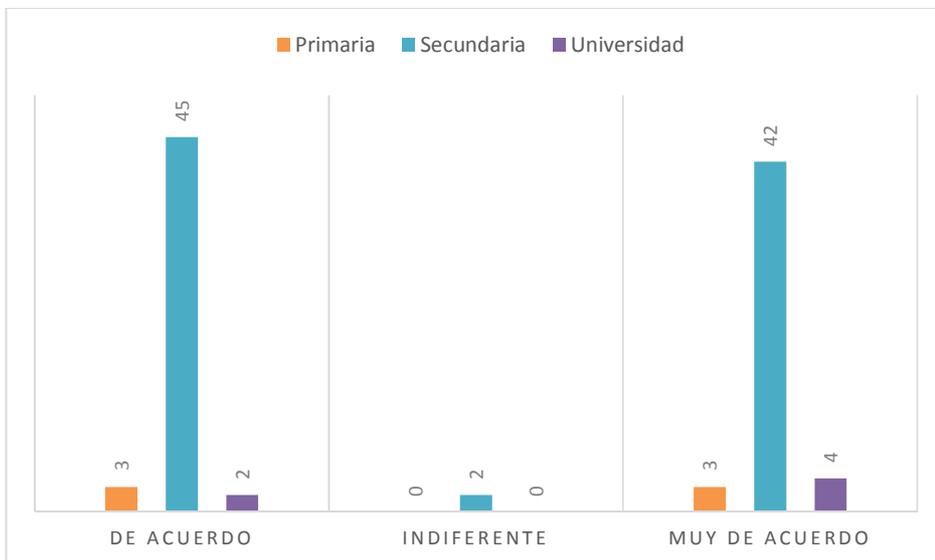
	Mucho	Muy poco	Poco	Rara vez	Total
Primaria	2	0	4	0	6
Secundaria	49	3	33	4	89
Universidad	5	0	1	0	6
Total	56	3	38	4	101



El 44% considera que asociarse ayuda y resuelve los problemas que en la actualidad están pasando ya sea de forma interna o externa y quieren buscar nuevas propuestas para resolver dichos inconvenientes que se les ha presentado en el transcurso de los años

11. ¿Estaría de acuerdo si las empresas dentro de la sociedad persigue objetos comunes?

	De acuerdo	Indiferente	Muy de acuerdo	Total
Primaria	3	0	3	6
Secundaria	45	2	42	89
Universidad	2	0	4	6
Total	50	2	49	101

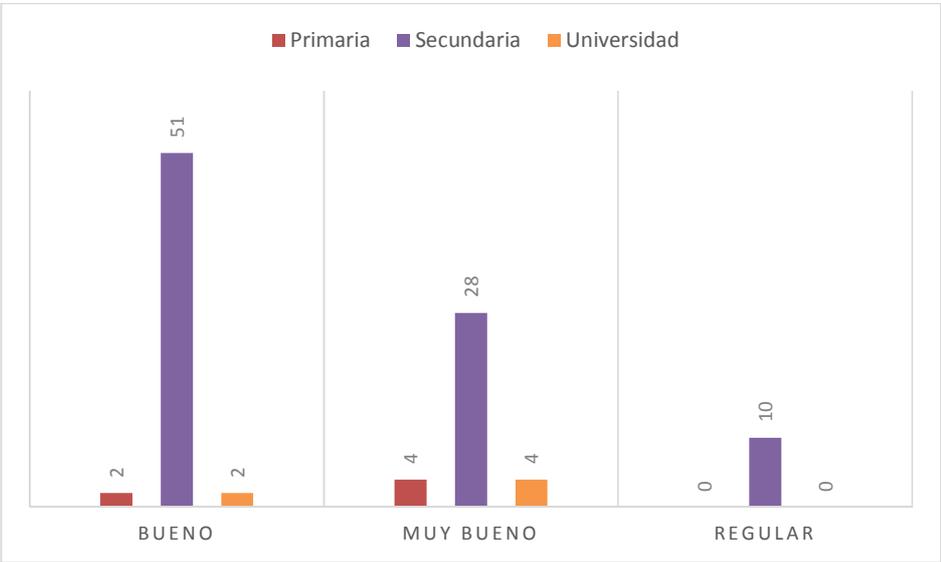


Dentro del 98% de los encuestados están muy de acuerdo en perseguir objetivos comunes, que por lo general para llegar de acuerdo de asociarse deben tener objetivos comunes y tener beneficios dentro de las decisiones tomadas entre los participantes.

12. ¿Cual considera usted que es el aspecto más positivo para asociarse?

a) Posicionamiento de Mercado

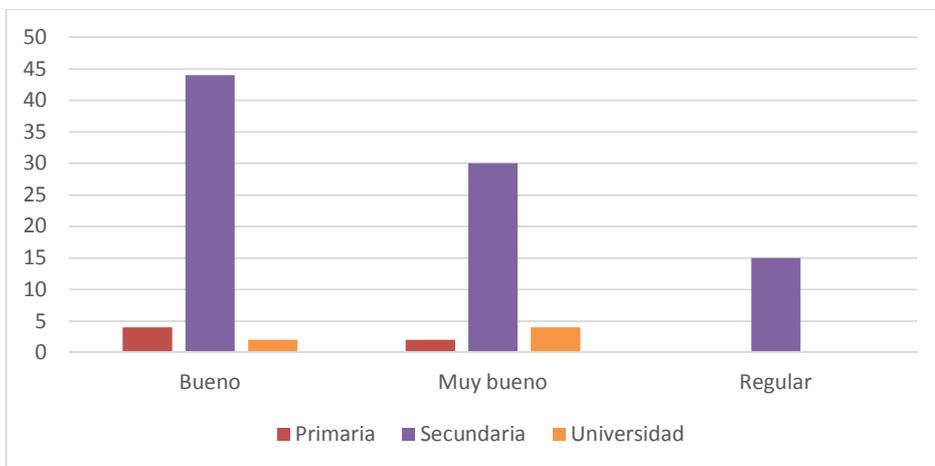
	Bueno	Muy bueno	Regular	Total
Primaria	2	4	0	6
Secundaria	51	28	10	89
Universidad	2	4	0	6
Total	55	36	10	101



El 90% de las empresas están entre bueno que el posicionamiento de mercado genera aspecto positivo al momento de asociarse porque genera mayores ventas y mayor cartera de clientes

b) Lograr economías de estala

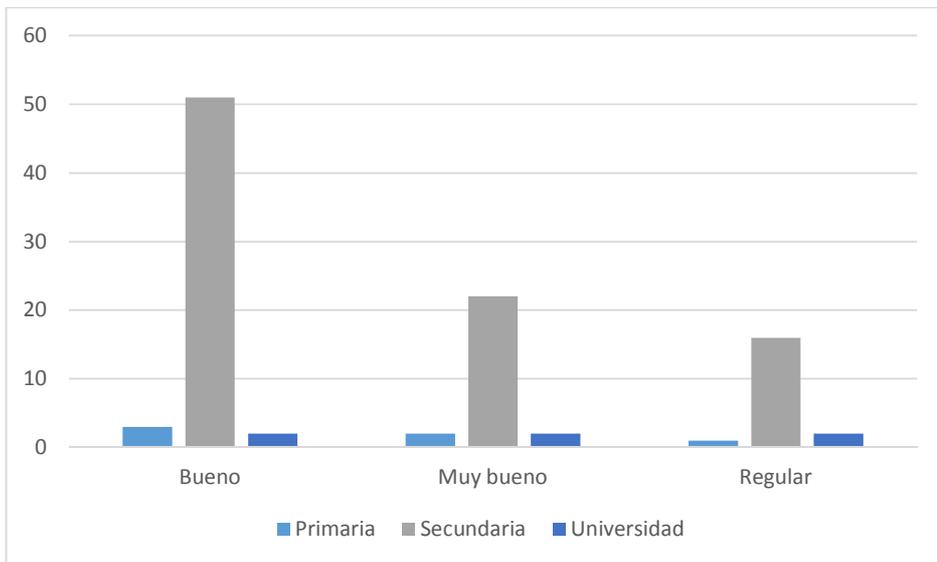
	Bueno	Muy bueno	Regular	Total
Primaria	4	2	0	6
Secundaria	44	30	15	89
Universidad	2	4	0	6
Total	50	36	15	101



El 85% de los encuestados aprobaron la economía de escala en la estrategia de asociatividad lo cual es un aspecto positivo ya que genera menores costos para los negocios

c) Estrategias de TIC

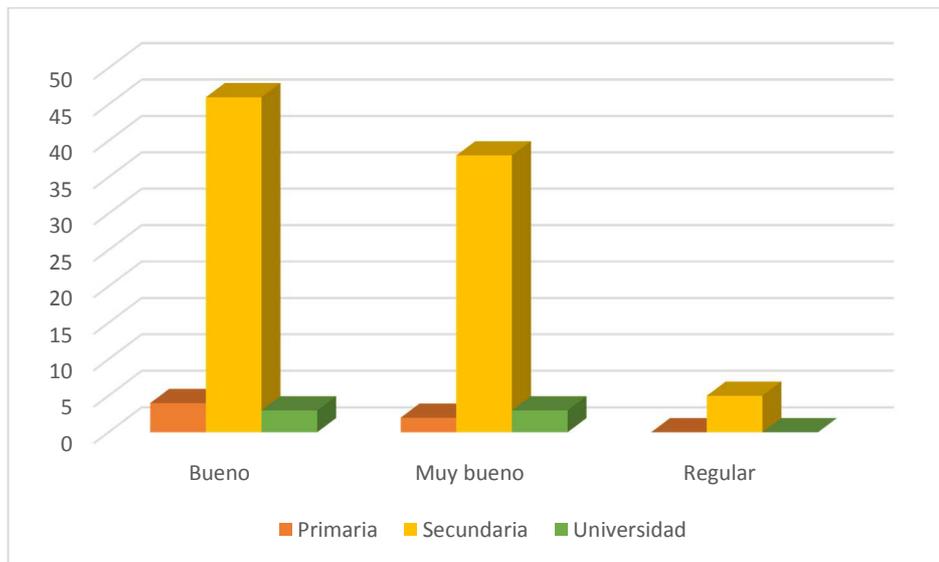
	Bueno	Muy bueno	Regular	Total
Primaria	3	2	1	6
Secundaria	51	22	16	89
Universidad	2	2	2	6
Total	56	26	19	101



La aprobación de la estrategia del TIC consta con un 70% en la aplicación de las TIC en los negocios ven como un aspecto positivo, porque la tecnología hoy en día es algo fundamental para la innovación, comunicación, información en los negocios

d) Disminución de Costos

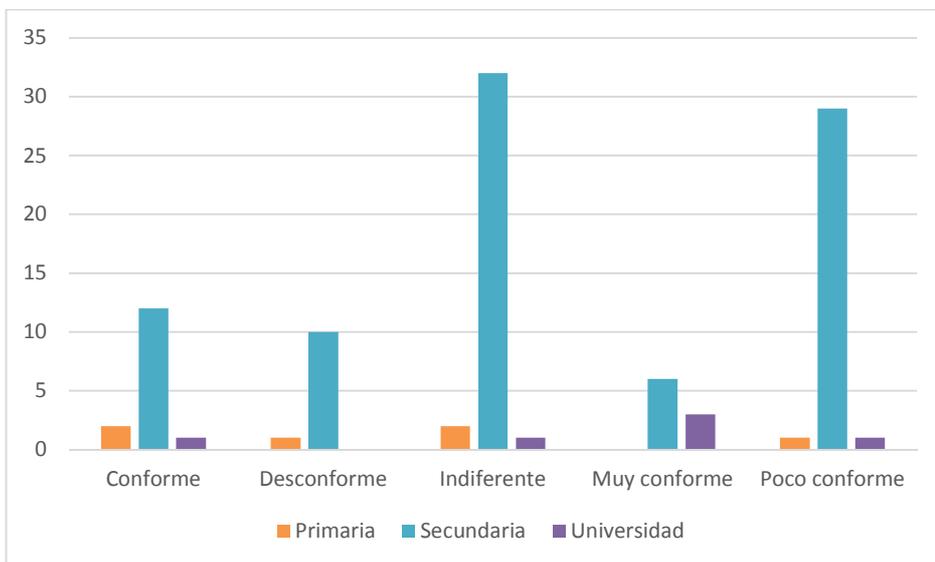
	Bueno	Muy bueno	Regular	Total
Primaria	4	2	0	6
Secundaria	46	38	5	89
Universidad	3	3	0	6
Total	53	43	5	101



Algo que se le pudo explicar a los micros empresario de que forma la asociatividad les va a ayudar a disminuir costos dando reacciones positivas y el 82% de los negocios que tienen como gerentes de nivel de educación secundario ven como aspecto positivo esta estrategia.

13. ¿Estaría conforme si las empresas guardan confidencialidad en la información dentro de la sociedad?

	Conforme	Desconforme	Indiferente	Muy conforme	Poco conforme	Total
Primaria	2	1	2	0	1	6
Secundaria	12	10	32	6	29	89
Universidad	1	0	1	3	1	6
Total	15	11	35	9	31	101

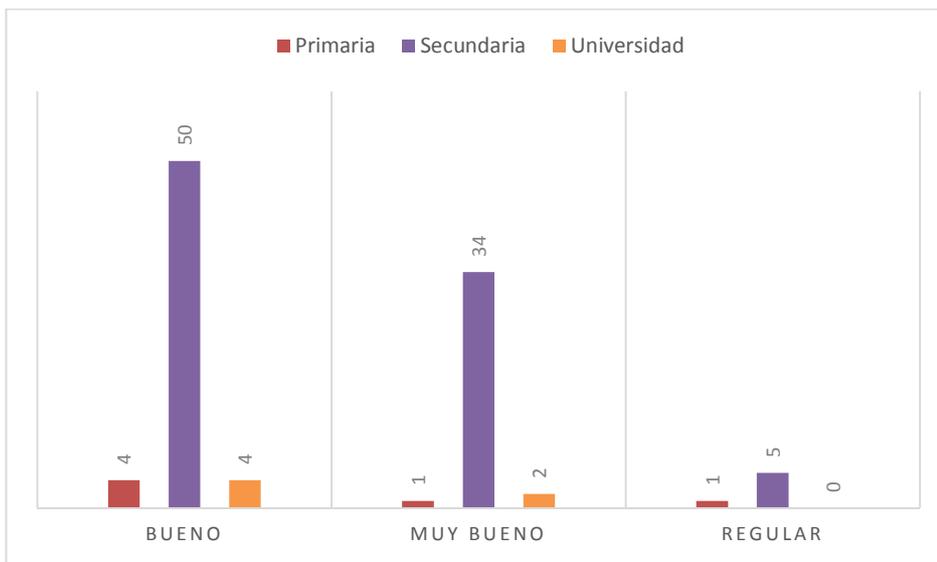


La confidencialidad para 65% de los negocios es indiferente o están poco conforme porque la información entre los asociados es algo de lo cual la mayoría del micro empresarios es fundamental para para confianza de esta estrategia pero hay negocios que no les gusta que todo se sepa que alguna cosas sean reservadas para los beneficiarios y por ello llega la desconfianza.

14. ¿Cuál sería la razón más importante para que usted decida NO asociarse?

a) Compartir Información

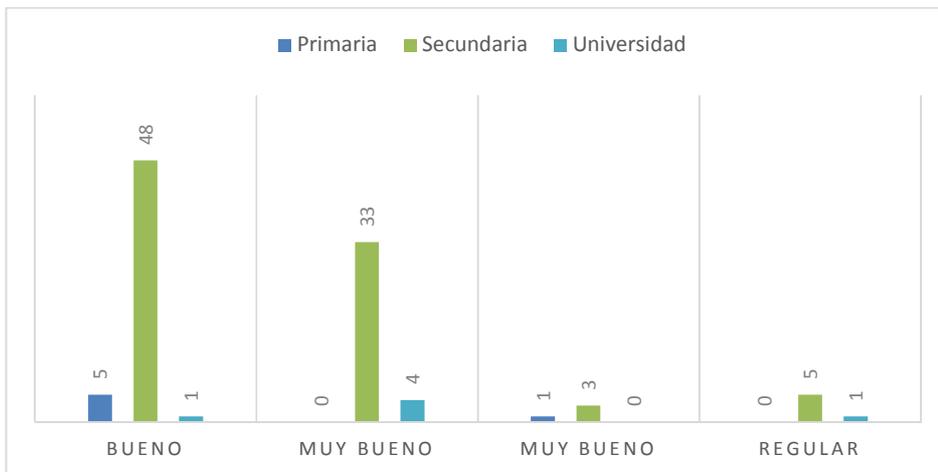
	Bueno	Muy bueno	Regular	Total
Primaria	4	1	1	6
Secundaria	50	34	5	89
Universidad	4	2	0	6
Total	58	37	6	101



El compartir la información para 94% de los negocios es bueno en que en que se comparta la información para que no haiga falta de comunicación, e información, esto pueden traer conflictos en las partes y eso perjudicaría a los asociados.

b) Desconfianza así las demás empresas

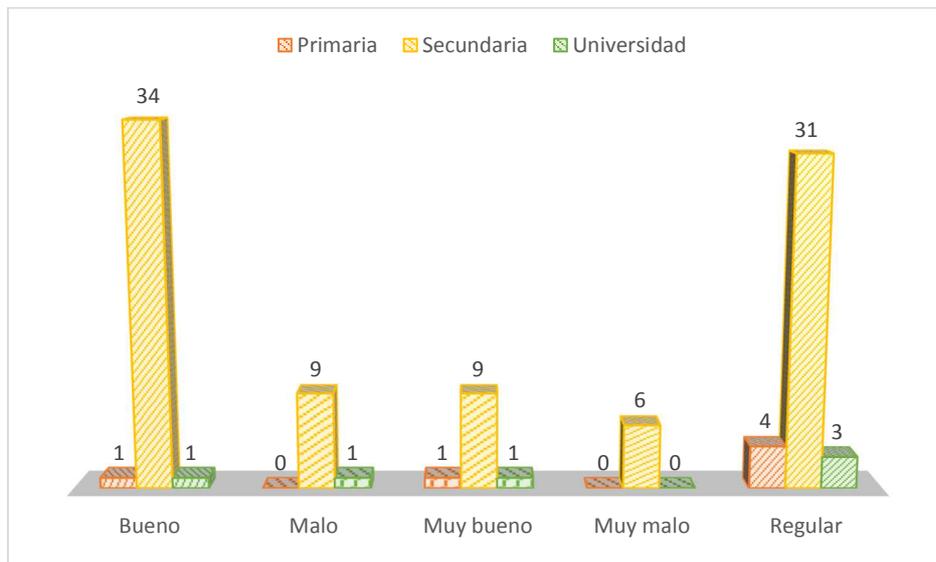
	Bueno	Muy bueno	Regular	Total
Primaria	5	1	0	6
Secundaria	48	36	5	89
Universidad	1	4	1	6
Total	54	41	6	101



La desconfianza lleva a un porcentaje del 90 de que es un aspecto del cual los negocios no se asociarían porque si no hay confianza entre los socios no se puede llegar al objetivo deseado.

c) Individualidad dentro de la asociación

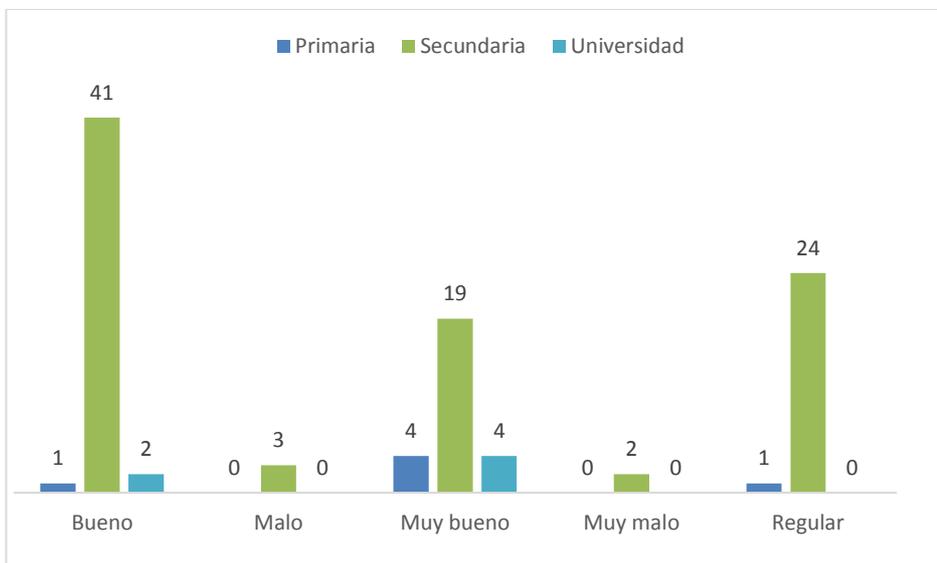
	Bueno	Malo	Muy bueno	Muy malo	Regular	Total
Primaria	1	0	1	0	4	6
Secundaria	34	9	9	6	31	89
Universidad	1	1	1	0	3	6
Total	36	10	11	6	38	101



La individualidad no es un aspecto positivo ya que el 37% de los encuestados llegan a la conclusión de que las empresas no lleguen a estar de acuerdo al momento de asociarse porque se supone que la asociación hace un grupo de empresas con beneficios en común.

d)Perder su autonomía

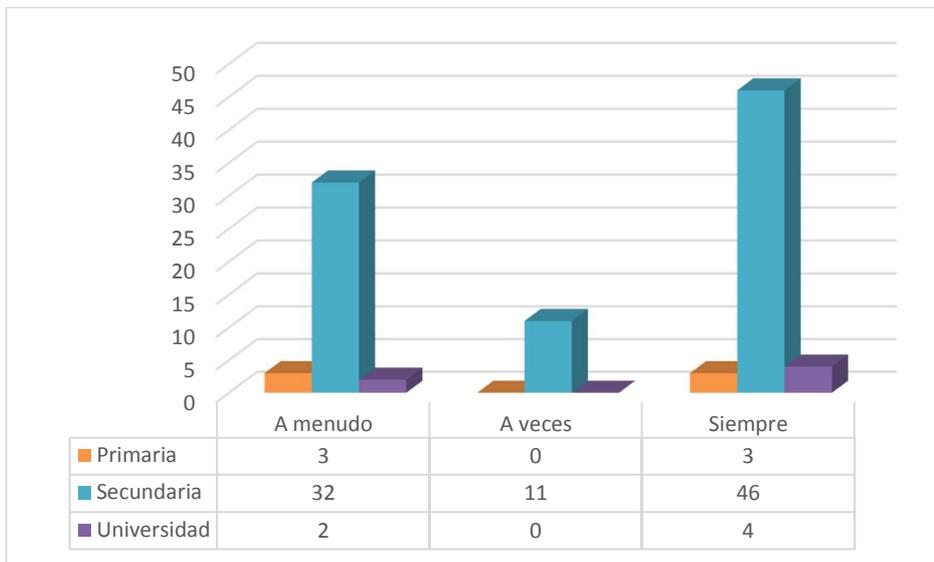
	Bueno	Malo	Muy bueno	Muy malo	Regular	Total
Primaria	1	0	4	0	1	6
Secundaria	41	3	19	2	24	89
Universidad	2	0	4	0	0	6
Total	44	3	27	2	25	101



Todos los socios deben aportar para tomar las decisiones porque un 70% de los encuestados piensan que el perder la autonomía genera un aspecto positivo al momento de asociarse ya que están buscando beneficios para el negocio.

15. ¿Usted consideraría que al asociarse tendría oportunidades en nuevos mercados?

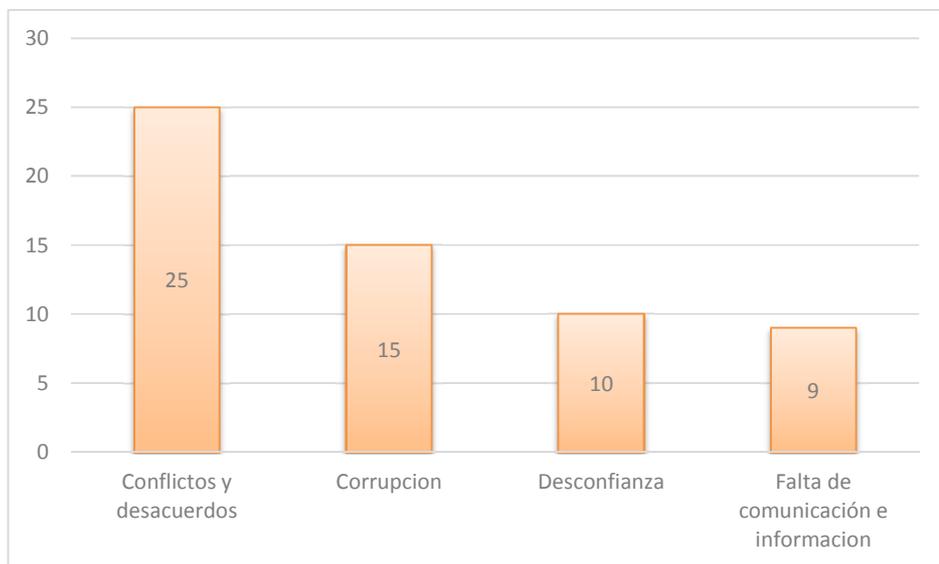
	A menudo	A veces	Siempre	Total
Primaria	3	0	3	6
Secundaria	32	11	46	89
Universidad	2	0	4	6
Total	37	11	53	101



Siempre genera un porcentaje del 52% de los encuestados están de acuerdo que esta asociatividad genera nuevos mercados y por ende es algo favorable para los negocios y se da a conocer que la asociatividad es una gran estrategia de crecimiento y de mejora para cualquier tipo de micro pymes no solo para las del sector automotriz, permitiendo la organización y crecimiento de las mismas.

16. ¿Qué problemas considera que surgen al momento de asociarse?

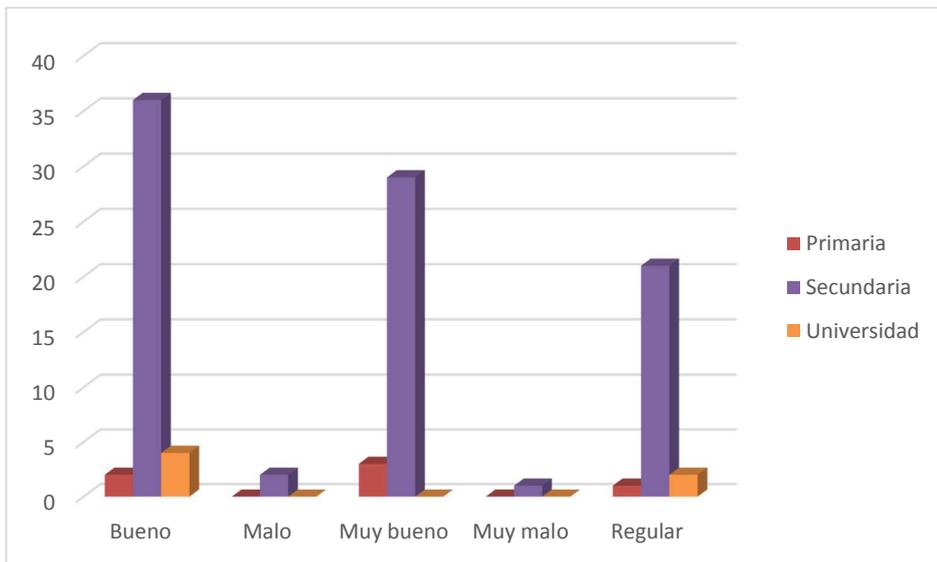
Conflictos y desacuerdos	25
Corrupción	15
Desconfianza	10
Falta de comunicación e información	9



Estos son los principales problemas que las personas detectan o indican que pueden existir en un asociatividad, 24% de los negocios están de acuerdo de que pueden existir conflictos y desacuerdos para llegar a tomar decisiones y por ello ya haiga una excusa para no lograr al objetivo que beneficiaría a todos.

17. ¿Cómo considera que son las estrategias que maneja exclusivamente sus empresas?

	Bueno	Malo	Muy bueno	Muy malo	Regular	Total
Primaria	2	0	3	0	1	6
Secundaria	36	2	29	1	21	89
Universidad	4	0	0	0	2	6
Total	42	2	32	1	24	101



El 73% de los encuestados están de acuerdo que las estrategias implementadas en la actualidad son buenos, para este proyecto de aceptación la mayoría consideran que las estrategias que aplican en su micro pymes del sector automotriz son buenas y si dan resultados, ellos indican que las estrategias que ellos aplican generan ventas en sus negocios.

Estos son los datos que este estudio nos pudo ofrecer dando resultados positivos en cuanto a la aceptación de las asociatividad de las micro pymes en el sector automotriz en la costa del Ecuador en las provincias del Guayas y Manabí.

CAPITULO 4

6.1. Propuesta

6.1.1. Tema

¿Cómo influye la Asociatividad Empresarial en el crecimiento de las microempresas?

6.1.2. Beneficiario de la investigación

Esta estrategia de asociatividad empresarial influye en gran porcentaje a los negocios que hoy en día son llamados Mipymes se las nombra de esta forma porque está conformado con personas naturales como los gerentes que son los dueños de los negocios y tienen como trabajadores no más de 9 personas laborando.

6.1.3. Propuesta

En este proyecto llevamos a cabo las investigaciones pertinentes y por ende como propuesta se realizara la propuesta de forma financiera. La asociativa ayudara a las microempresas del sector automotriz en una manera muy notable es sus costo de venta aplicando las economía de escala, esta estrategia da como resultado costos más atractivos, accesibilidad a las promociones, descuentos de parte de los proveedores, etc.

En cuanto a financiamiento las empresas que proveen el producto pueden llegar a dar facilidad del plazo de créditos pueden ser desde 30, hasta 120 días de plazo para pagar al proveedor. Lo que implica la asociatividad en este proyecto es que se va a llevar a cabo la unión de tres locales que están ubicados en Guayaquil, Balzar y Chone.

6.1.3.1. Propuesta Financiera

Tabla 6 Inversión Inicial

Inversión Inicial			
cantidad	Material	\$ unitario	Costo total
3	Sistema TIC	1200,00	\$ 3.600,00
6	Equipos de computo	460,00	\$ 2.760,00
3	Equipo de Oficina	300,00	\$ 900,00
3	Muebles de Oficina	500,00	\$ 1.500,00
3	Publicidad	250,00	\$ 750,00
3	Vehículo	18500,00	\$ 55.500,00
	total		\$ 65.010,00
	Cada Local		\$ 21.670,00

Tabla 7 Compara de Materiales Año 1

Compra de Materiales mensuales Año 1				
	Guayas	Guayas	Manabí	Total de Año 1
Poliéster	30	30	70	130
Sintéticos	40	40	80	160
Lacas	40	40	80	160
Esmalte	30	30	80	140
Caucho	25	25	60	110
	165	165	370	700

En este Cuadro se da a conocer las cantidades que se compran mensual en el año 1

Tabla 8 Costos sin asociatividad del Año 1

	Costo		Descuento 10%	
Poliéster	\$	36,00	\$	32,40
Sintéticos	\$	14,00	\$	12,60
Lacas	\$	14,00	\$	12,60
Esmalte	\$	9,00	\$	8,10
Caucho	\$	4,00	\$	3,60

De acuerdo a la recaudación de información en el cuadro detallamos los costos de acuerdo a los materiales que se han comprado en la actualidad pero una vez tomando la decisión de asociarse con los demás locales, los proveedores harían el descuento del 10 por ciento es donde entra la economía de escala ya que a mayor compra de producto menos es el costo de la compra

Tabla 9 Costos en valor monetario Año 1

Actualidad sin estrategia		
	Costo sin A	Costos con A
Poliéster	\$ 4.680,00	\$ 4.212,00
Sintéticos	\$ 2.240,00	\$ 2.016,00
Lacas	\$ 2.240,00	\$ 2.016,00
Esmalte	\$ 1.260,00	\$ 1.134,00
Caucho	\$ 440,00	\$ 396,00

Y al multiplicar los costos con las unidades mensuales generar un valor monetario que se muestra en el cuadro que se da de acuerdo sin estrategia y con estrategia de la asociación de los locales. Es decir que es más aun beneficiosos ya que se pagaría menos a los proveedores y tendremos más ganancias.

Tabla 10 Precio de Ventas vs Ganancias aplicado en el Año 1

Año 1									
Precio de Venta	de	Ganancia de Costo Asociarse	de sin Asociarse	Ganancia de Costo por asociarse	Ganancia por la Asociatividad unidad	Ganancia mensual de Asociatividad Total	Ganancia Anual con Asociatividad		
\$	72,00	\$	36,00	\$	39,60	\$	468,00	\$	5.616,00
\$	25,00	\$	11,00	\$	12,40	\$	224,00	\$	2.688,00
\$	25,00	\$	11,00	\$	12,40	\$	224,00	\$	2.688,00
\$	15,00	\$	6,00	\$	6,90	\$	126,00	\$	1.512,00
\$	9,00	\$	5,00	\$	5,40	\$	44,00	\$	528,00
						\$	1.086,00	\$	13.032,00

Inversión Mensual

Internet	\$	115,00	
Ganancia de Asociatividad	\$	1.086,00	
	\$	971,00	Ganancia Por la Asociatividad

Al momento de asociarse y tomar la decisión de llevar a cabo la estrategia de los locales tienen una ganancia favorable que es el 50% comparado con el precio de venta. A la vez también se implementa un nuevo servicio que es el internet esto lleva a cabo el control y el orden Administrativo de la información de los locales para su beneficio.

A continuación vamos a proyectar este mismo ejemplo pero en 4 años mas

Tabla 11 Compra de Materiales Año 2

Compra de Materiales mensuales Año 2					
	Guayas	Guayas	Manabí	Total de Año 1	Crecimiento 10% anual
Poliéster	30	30	70	130	143
Sintéticos	40	40	80	160	176
Lacas	40	40	80	160	176
Esmalte	30	30	80	140	154
Caucho	25	25	60	110	121
	165	165	370	700	

En el año 2 se ha tomado la decisión de variar incremento de compra de los materiales señalados en el cuadro, con un crecimiento del 10% y con un descuento en el costo de compra del 12% generando unas ganancias aun mayor que el año 1.

Tabla 12 Costos de Compra Año 2

	Costo de compra sin asociatividad	Descuento Asociarse	12%
Poliéster	\$ 36,00	\$ 31,68	
Sintéticos	\$ 14,00	\$ 12,32	
Lacas	\$ 14,00	\$ 12,32	
Esmalte	\$ 9,00	\$ 7,92	
Caucho	\$ 4,00	\$ 3,52	

Tabla 13 Costo con Valor Monetario Año 2

	Costo sin A	Costos con A
Poliéster	\$ 5.148,00	\$ 4.530,24
Sintéticos	\$ 2.464,00	\$ 2.168,32
Lacas	\$ 2.464,00	\$ 2.168,32
Esmalte	\$ 1.386,00	\$ 1.219,68
Caucho	\$ 484,00	\$ 425,92

Tabla 14 Precio de Venta Vs ganancias del año 2

Año 2									
Precio de Venta	de	Ganancia Costo Asociarse	de sin	Ganancia por asociarse	de Costo	Ganancia por la Asociatividad unidad	Ganancia mensual de Asociatividad Total	Ganancia Anual con Asociatividad	Ganancia con Asociatividad
\$	72,00	\$ 36,00	\$	40,32	\$	4,32	\$ 617,76	\$	7.413,12
\$	25,00	\$ 11,00	\$	12,68	\$	1,68	\$ 295,68	\$	3.548,16
\$	25,00	\$ 11,00	\$	12,68	\$	1,68	\$ 295,68	\$	3.548,16
\$	15,00	\$ 6,00	\$	7,08	\$	1,08	\$ 166,32	\$	1.995,84
\$	9,00	\$ 5,00	\$	5,48	\$	0,48	\$ 58,08	\$	696,96
							\$ 1.433,52	\$	17.202,24

Inversión Mensual

Internet	\$	125,00	
Ganancia de Asociatividad	\$	1.433,52	
	\$	1.308,52	Ganancia Por la Asociatividad

Se puede observar que aumento la ganancia de \$971.01 en el Año 1 vs en el Año 2 con un valor de \$ 1308.52

Tabla 15 Compara de materiales Año 3**Año 3**

Compra de Materiales mensuales Año 3							
	Guayas	Guayas	Manabí	Total Año 1	de Crecimiento 10% anual del Año 2	Crecimiento 12% Anual del Año 3	
Poliéster	30	30	70	130	143	160	
Sintéticos	40	40	80	160	176	197	
Lacas	40	40	80	160	176	197	
Esmalte	30	30	80	140	154	172	
Caucho	25	25	60	110	121	136	
	165	165	370	700			

Tabla 16 Costo de compra Vs Descuentos Año 3

	Costo de compra asociatividad	de sin Asociarse	Descuento 13%
Poliéster	\$ 36,00	\$ 31,32	
Sintéticos	\$ 14,00	\$ 12,18	
Lacas	\$ 14,00	\$ 12,18	
Esmalte	\$ 9,00	\$ 7,83	
Caucho	\$ 4,00	\$ 3,48	

Generando un crecimiento de las compras de un 12% en el Año 3 con un descuento al momento de asociarse de un 13%.

Tabla 17 Costos monetario Año 3

Actualidad sin estrategia	
Costo sin A	Costos con A
\$ 5.765,76	\$ 5.016,21
\$ 2.759,68	\$ 2.400,92
\$ 2.759,68	\$ 2.400,92
\$ 1.552,32	\$ 1.350,52
\$ 542,08	\$ 471,61

Tabla 18 Precios de venta vs ganancias Año 3

Año 3									
Precio de Venta	de Ganancia Costo Asociarse	de Ganancia sin asociarse	de Ganancia por asociarse	Costo	Ganancia por la Asociatividad unidad	Ganancia mensual de Asociatividad Total	Ganancia de Anual con Asociatividad		
\$ 72,00	\$ 36,00	\$ 40,68	\$ 4,68	\$ 749,55	\$ 8.994,59				
\$ 25,00	\$ 11,00	\$ 12,82	\$ 1,82	\$ 358,76	\$ 4.305,10				
\$ 25,00	\$ 11,00	\$ 12,82	\$ 1,82	\$ 358,76	\$ 4.305,10				
\$ 15,00	\$ 6,00	\$ 7,17	\$ 1,17	\$ 201,80	\$ 2.421,62				
\$ 9,00	\$ 5,00	\$ 5,52	\$ 0,52	\$ 70,47	\$ 845,64				
				\$ 1.739,34	\$ 20.872,05				

Inversión Mensual

Internet	\$	120,00	
Ganancia de Asociatividad	\$	1.739,34	
	\$	1.619,34	Ganancia Por la Asociatividad

En el Año 3 sigue creciendo la ganancia \$1619.34 de un \$1308.52.

Tabla 19 Comprar de materiales año 4

Año 4

Compra de Materiales mensuales Año 4								
	Guayas	Guayas	Manabí	Total de Año 1	Crecimiento 10% Año 2	Crecimiento 12% Año 3	Crecimiento 13% Año 4	
Poliéster	30	30	70	130	143	160	181	
Sintéticos	40	40	80	160	176	197	223	
Lacas	40	40	80	160	176	197	223	
Esmalte	30	30	80	140	154	172	195	
Caucho	25	25	60	110	121	136	153	
	165	165	370	700				

Tabla 20 Costos de compra del año 4

	Costo de compra asociatividad	de sin	Descuento Asociarse	15%
Poliéster	\$ 36,00	\$	\$	30,60
Sintéticos	\$ 14,00	\$	\$	11,90
Lacas	\$ 14,00	\$	\$	11,90
Esmalte	\$ 9,00	\$	\$	7,65
Caucho	\$ 4,00	\$	\$	3,40

Año cuatro cambiando un crecimiento del 13% de las compras con un descuento del 15% con estrategia de la Asociatividad

Tabla 21 Costo con valor monetario de compra año 4

Actualidad sin estrategia	
Costo sin A	Costos con A
\$ 6.515,31	\$ 5.538,01
\$ 3.118,44	\$ 2.650,67
\$ 3.118,44	\$ 2.650,67
\$ 1.754,12	\$ 1.491,00
\$ 612,55	\$ 520,67

Tabla 22 Precio de venta vs ganancias del año 4

Año 4							
Precio de Venta	Ganancia de Costo sin Asociarse	Ganancia de Costo por asociarse	Ganancia de por Asociatividad	Ganancia por la unidad	Ganancia mensual de Asociatividad Total	Ganancia Anual con Asociatividad	
\$ 72,00	\$ 36,00	\$ 41,40	\$ 5,40	\$ 977,30	\$ 11.727,56		
\$ 25,00	\$ 11,00	\$ 13,10	\$ 2,10	\$ 467,77	\$ 5.613,19		
\$ 25,00	\$ 11,00	\$ 13,10	\$ 2,10	\$ 467,77	\$ 5.613,19		
\$ 15,00	\$ 6,00	\$ 7,35	\$ 1,35	\$ 263,12	\$ 3.157,42		
\$ 9,00	\$ 5,00	\$ 5,60	\$ 0,60	\$ 91,88	\$ 1.102,59		
				\$ 2.267,83	\$ 27.213,94		

Inversión Mensual

Internet	\$ 150,00	
Ganancia de Asociatividad	\$ 2.267,83	
	\$ 2.117,83	Ganancia Por la Asociatividad

Año 5

Como último año de ejemplo se realizó un incremento del 14% en las compras por unidad y un descuento del 15% monetario al momento de comprar para los tres locales.

Tabla 23 Compra de materiales del año 5

Compra de Materiales mensuales								
Año 5								
	Guayas	Guayas	Manabí	Total de Año 1	Crecimiento 10% Año 2	Crecimiento 12% Año 3	Crecimiento 13% Anual del Año 4	Crecimiento 14% anual del Año 5
Poliéster	30	30	70	130	143	160	181	206
Sintéticos	40	40	80	160	176	197	223	254
Lacas	40	40	80	160	176	197	223	254
Esmalte	30	30	80	140	154	172	195	222
Caucho	25	25	60	110	121	136	153	175
	165	165	370	700				

Tabla 24 Costos de compra vs descuentos año 5

	Costo de compra asociatividad	de sin 15% Asociarse	Descuento
Poliéster	\$ 36,00	\$ 30,60	
Sintéticos	\$ 14,00	\$ 11,90	
Lacas	\$ 14,00	\$ 11,90	
Esmalte	\$ 9,00	\$ 7,65	
Caucho	\$ 4,00	\$ 3,40	

Tabla 25 Costos con valor monetario de las compras año 5

	Actualidad sin estrategia	
	Costo sin A	Costos con A
Poliéster	\$ 7.427,45	\$ 6.313,33
Sintéticos	\$ 3.555,02	\$ 3.021,77
Lacas	\$ 3.555,02	\$ 3.021,77
Esmalte	\$ 1.999,70	\$ 1.699,74
Caucho	\$ 698,31	\$ 593,56

Tabla 26 Precio de venta vs ganancia del año 5

Año 5							
Precio de Venta	Ganancia de Costo Asociarse	de sin	Ganancia de Costo por asociarse	Ganancia por la Asociatividad unidad	Ganancia de Asociatividad Total	Ganancia Anual con Asociatividad	
\$ 72,00	\$ 36,00	\$ 41,40	\$ 5,40	\$ 1.114,12	\$ 13.369,41		
\$ 25,00	\$ 11,00	\$ 13,10	\$ 2,10	\$ 533,25	\$ 6.399,04		
\$ 25,00	\$ 11,00	\$ 13,10	\$ 2,10	\$ 533,25	\$ 6.399,04		
\$ 15,00	\$ 6,00	\$ 7,35	\$ 1,35	\$ 299,95	\$ 3.599,46		
\$ 9,00	\$ 5,00	\$ 5,60	\$ 0,60	\$ 104,75	\$ 1.256,95		
				\$ 2.585,32	\$ 31.023,90		

Inversión Mensual

Internet	\$ 150,00	
Ganancia de Asociatividad	\$ 2.585,32	
	\$ 2.435,32	Ganancia Por la Asociatividad

Como podemos observar desde el Año 1 hasta el Año 5 hay una gran diferencia en las ganancias que se es decir en porcentaje se ve una diferencia del 100% que se generan las ganancias ya sea por los descuentos obtenidos por el asociarse los tres locales.

Ganancias Anuales del Año 1 al Año 5

Año 1	\$ 13.032,00	\$ 51.106,29
Año 2	\$ 17.202,24	
Año 3	\$ 20.872,05	
Año 4	\$ 27.213,94	
Año 5	\$ 31.023,90	
	\$ 109.344,13	
	\$ 65.010,00	
	\$ 44.334,13	

La suma de todas las ganancias Anuales en los 5 Años nos da un valor del \$109,344.13 y la inversión Inicial es de 65010.00 es decir que en 2 años y medio se está recuperando la inversión inicial realizada al momento de asociarse.

	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ganancias Anuales	\$ (65.010,00)	\$ 13.032,00	\$ 17.202,24	\$ 20.872,05	\$ 27.213,94	\$ 31.023,90
VAN	\$ 30.465,54					
TIR	17%	> TMAR				
TMAR	4,09%	Banco Píchincha				

Dando una TIR del 17% mayor que la TMAR se acepta el proyecto con una Van de \$30.465.54 para los tres locales, eso quiere decir que el proyecto es favorable al momento de que las empresas tomen la decisión de asociarse

La estrategia de encadenamiento es productivo ya que se basa en mejoras para los negocios, invertir y tomar la decisión de formar estrategias responsables traen muchos beneficios a la empresa de modo de competitividad y fortalecer también la cadena de valor.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

A nivel global en la década de los 90 las empresas comenzaron a tener un papel importante para la producción y el desarrollo de cada país. Las microempresas son piezas fundamentales para la economía sobre todo para países en vías de desarrollo como Ecuador, otorgando gran cantidades de empleo e influenciando la economía de la sociedad. Las Pymes son modelos de negocios que cada vez van aumentando en los distintos mercados llegando a ser modelos de negocios que pueden tener crecimiento importante en los sectores en las que se encuentran desempeñándose.

En el segundo capítulo se encuentra lo importante que es el sector automotriz para la producción de la economía del país. Estas microempresas son importantes en este sector ya que tienen una gran ventaja de diversificación en mercado automotriz, que no solamente se enfocan en bienes sino también en brindar servicios permitiendo una gran expansión en cuanto empleo y nuevos emprendimientos. Hay negocios que aparte de brindar servicios o mejoras para los vehículos, están dedicados a otras áreas de mercado es decir que si brinda el servicio de seguridad de auto también brindar seguridad inmobiliaria, para concluir este mercado da la facilidad de generar variedad de negocios permitiendo así el crecimiento de la economía del país

De acuerdo a la investigación adquirida en el capitulo 3 todas las empresas están de acuerdo con la asociatividad aun no conociendo o sabiendo del significado que abarca la palabra asociarse para los negocios sería una estrategia que la podrían estar pensando, pero a la vez por falta de conocimiento o preparación a esta estrategia tienen la desconfianza de asociarse con otras empresas del mismo sector industrial algo que beneficiaría entre ellas. A través de la información también se determinó que la mayoría de las empresas tienen el miedo de que haya muchos conflictos, desacuerdo, corrupción al momento de asociarse con las otras partes es decir que el negocio que lo tenían seguro después sea algo inestable y no sea no ellos han deseado en el momento que tomaron la decisión de asociarse. A pesar de estas inseguridades la mayoría de las empresas quieren tomar la decisión de asociarse porque a la vez hay muchas variables favorables y positivas para al momento de asociarse.

En el capítulo 4 se puede encontrar la propuesta de forma financiera es decir que si las empresas toman la decisión en tomar la estrategia de la asociatividad pueden tener estabilidad y ser más competitivas en el mercado en la actualidad y en un futuro, esta propuesta esta aplicada en locales que pertenecen al sector automotriz pero están en diferentes sectores. En la investigación se pudo dar cuenta que a partir del segundo año se recupera la inversión inicial y por ende es favorable que las empresas opten por la opción de asociarse dado que en este proyecto la TIR es mayor que la TMAR

Recomendaciones

- Que los negocios tengan la capacidad de informarse de los beneficios que trae esta estrategia, si se llegara a tomar esta decisión puede existir información en la capacitación dentro de la asociatividad, para así puedan tener conocimientos, y más que todo confianza en tomar la confianza de haber tomado una buena decisión al momento de asociarse.
- Buscar empresas que tengan el mismo problema que afecta el entorno ya sea interna o externa para así poder buscar estrategia y soluciones a los problemas que tengan para que sean beneficiadas las partes. Incrementando las oportunidades del mercado de los negocios pequeños y la implementación de responsabilidad Social.
- Tratar de tomar decisiones en grupo para con beneficio de las partes, que no sean discriminados las opiniones de los involucrados y así pueda llegar al objetivo deseado para que los negocios sean fortaleciéndose constantemente a través de una buena gestión Administrativa y cerrar brechas que estén afectando a la economía de los negocios.

- Controlar Los factores externos analizando a las competencias del mismo sector industrial para buscar beneficios y mejoras que favorezcan a los negocios. Aunque hay a veces que los factores externos no se puedan derribar o anular pero tratar de que el impacto no afecte tanto al entorno interno de los negocios y no sean perjudicados.
- Optar por profesionales que tengan experiencias de implementar estrategias para resolver problemas o inconvenientes que tengan en la actualidad los negocios, que serviría de ayuda hasta que cada socio de la empresa este conforme y en futuros ya puedan y sepan tomar buenas decisiones en base a las estrategias y mejoramientos que necesite los socios.
- Dejar de lado las diferencias y conflictos que se presenten en transcurso del tiempo con los socios para así poder tener una armonía y un buen clima laboral para poder tomar decisiones de a todos los problemas o inconvenientes que se para así buscar soluciones y llegar al objetivo deseado.
- Innovar y mejorar la tecnología de acuerdo a las actualizaciones que se presenten para que las competencias no lleguen a afectar los negocios que están asociados y así poder llevar a cabo una buena Administración y tener la información transparente para llegar a tener buena comunicación con los pertinentes

Bibliografías

- Análisis del sector automotriz.* (Julio de 2013). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/analisis-sector-automotriz-2013/>
- (2013). *Análisis del Sector Automotriz.* PROECUADOR. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/PROEC_AS2013_AUTOMOTRIZ1.pdf
- Arango , D. (maro de 2014). *Portafolio.* Obtenido de <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/encadenamientos-productivos-clave-conquistar-mercados-53844>
- Aular Lopez, A. (2006). *Las practicas relacionales de las pequeñas y medianas empresas .* Ecuador.
- Bermeo, J. (Agosto de 2014). Camara de la Industria Automotriz. *Desarrollo Retos y modernizacion de la Industria Automotriz Ecuatoriana .* Ambato.
- BIOESTADISTICO. (2010-2016). Obtenido de http://bioestadistico.com/?option=com_content&view=article&id=153%3Acalculo-del-tamano-de-la-muestra-para-estimar-parametros-categoricos-en-poblaciones-finitas&catid=46%3Acalculo-del-tamano-de-la-muestra&Itemid=213
- Características de las pequeñas y medianas empresas.* (2016). Obtenido de Consideraciones generales de las Pymes: <http://resumendetareasmayday.com/tag/historia-de-las-pymes-caracteristicas-de-las-pequenas-y-medianas-empresas/>
- Comercio Exterior Gobierno Nacional de la Republica del Ecuador.* (2015). Obtenido de Comercio Exterior: <http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/Resolución-018-2015.pdf>
- De Lorenzis, J. (2013). *Modelos asociativos sin apellidos.* fUNDACION ASOCIARSE PARA CRECER.
- Directorio Automotriz Ecuatoriano.* (2016). Obtenido de <http://www.dae.com.ec/resolucion-comex-051/>
- El telegrafo .* (Julio de 2015). Obtenido de Economía.
- El universo .* (Octubre de 2016). Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2016/10/23/nota/5868556/sector-automotor-no-alcanza-ventas-record-hace-cinco-anos>
- Ferraro, C., & Stumpo, G. (2010). *Políticas de apoyo a las PYMES en america latina.* CHILE.
- Garcia , T., Galo, H., Villafuerte, O., & Marcelo, F. (2015). *Las restricciones al financiamiento de las PYMES .* PDF, VENEZUELA.
- Gonzales Pendas, P. (2013). *Influencia de las TIC en el crecimiento productivo.*

- La Hora Nacional*. (Junio de 2016). Obtenido de Economía :
http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101958325/-1/2016_pinta_mal_para_la_produccion_de_vehiculos.html#.WFqFajB96Um
- Magill, J., & Meyer, R. (2004). *Microempresas y Microfinanzas en Ecuador*.
- Metodologia de la Investigacion*. (2011). Obtenido de
<http://metodologadelainvestigacinsiis.blogspot.com/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.html>
- Morales, O. (2003). *Fundamento de la Investigacion Documental y la Monografia*.
- Muñoz, P. (12 de FEBRERO de 2014). *INEC*. Obtenido de
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/directorio-de-empresas-un-paso-mas-para-un-futuro-sin-censos/>
- Nava , A. (2013). *Factores que Influyen la creacion en empresas Pymes y empresas familiares* .
- Peña, A., & Pinta, F. (2012). *Infoeconomia* . INEC.
- (2015). *PRO ECUADRO. AUTOMOTRIZ*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/PROEC_AS2013_AUTOMOTRIZ1.pdf
- Quisiguiña, C. (Enero de 2016). *BCM del Ecuador*. Obtenido de Evolucion del sector automotriz Ecuatoriano 2011-2015: <http://www.bcmecuador.com/single-post/2016/01/05/Evolucion-del-Sector-automotriz-Ecuatoriano-2011-2015>
- Rojas Soriano, R. (2009). *Investigacion Social*. Plaza y Valdes.
- Rosales G, A. (2011). *Estadisticas para Administracion*. Obtenido de
<http://estadisticaparaadministracion.blogspot.com/2011/10/poblacion-y-muestra-parametro-y.html>
- Sanchez Galan, J. (Octubre de 2016). *Economipedia*. Obtenido de
<http://economipedia.com/definiciones/integracion-horizontal.html>
- SRI*. (2015). Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/32>
- Superintendencia de compañías Valores y Seguros*. (2015). Obtenido de
<http://appscvs.supercias.gob.ec/rankingCias/>
- Uribe, F. (2014). *Informe sectorial Ecuador: Sector Automotriz*. PACIFIC CREDIT RATING.
- Wikiversity*. (sep de 2016). Obtenido de
[https://es.wikiversity.org/wiki/Prueba_de_hipotesis_\(estadística\)](https://es.wikiversity.org/wiki/Prueba_de_hipotesis_(estadística))
- Yamakawa, P., Del Castillo, C., Espinoza, L., Granda, J., & Vega, L. (2010). *Tecnologia de integracion de servicios para la MYPE*. Peru-Lima.
- Zuñiga Santillan, X., Espinoza Toalombo, A., Campos Rocafuerte, H., Tapia Nuñez, D., & Muñoz Bernal, M. (2016). *Una mirada a la globalizacion: Pymes ecuatorianas*.



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Alemán Ramos Andrea Carolina** con C.C: # 0401548474 autor/a del trabajo de titulación: **¿Cómo Influye la Asociatividad empresarial en el crecimiento de las microempresas?** previo a la obtención del título de **Ingeniera Comercial** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **22** de Marzo del **2017**

f. _____

Nombre: **Alemán Ramos Andrea Carolina**

C.C: **0401548474**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Zambrano Saltos Homero Raúl** con C.C: # 1312713454 autor/a del trabajo de titulación: **¿Cómo Influye la Asociatividad empresarial en el crecimiento de las microempresas?** previo a la obtención del título de **Ingeniero Comercial** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **22** de Marzo del **2017**

f. _____

Nombre: **Zambrano Saltos Homero Raúl**

C.C: **1312713454**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	¿Cómo Influye la Asociatividad empresarial en el crecimiento de las microempresas?		
AUTOR(ES)	Andrea Carolina, Alemán Ramos - Homero Raúl, Zambrano Saltos		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	José María, Vascones Martínez - Erick Paul Murillo Delgado		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
CARRERA:	Administración de Empresa		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero Comercial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	22 de Marzo de 2017	No. DE PÁGINAS:	142
ÁREAS TEMÁTICAS:	Administración, Control interno y externo, Contabilidad		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Asociatividad, estrategias, Pymes, Encadenamiento, Clúster, Posicionamiento de mercado		
RESUMEN/ABSTRACT (151 palabras)			
<p>Lo que se quiere demostrar en el proyecto es que se puede desarrollar y crecer las MIPYMES de una manera ordenada y estable con diferentes estrategias como lo es la asociatividad que permite a los pequeños negocios, puedan estructurarse y formarse de una manera más adecuada y a la vez se puedan transformar de micro negocios a pequeños o medianos negocios, permitiendo a sus dueños muchas ventajas de crecimiento tanto económicos como personal y de esta manera ayudar a la economía del país y a la sociedad teniendo la posibilidad de ofrecer mayor cantidad de empleos, este tipo de estrategia si se realizan de la manera adecuado y con las indicaciones que se destacan o muestran en este trabajo va a dar muy buenos resultados pero todo con su respectivo orden. El cambio en un negocio se tiene que hacer de la mejor manera el cual te permita avanzar como empresario.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-2133403-0989452419	E-mail: andykarolayne@hotmail.com - homeross66@hotmail.es	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):::	Nombre: Ing. Freddy Ronalde Camacho Villagomez		
	Teléfono: +593-4-987209949		
	E-mail: freddy.camacho.villagomez@gmail.com		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			