

# TESIS

*por* Karen Arce Quinto

---

**Fecha de entrega:** 28-ago-2019 12:55p.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 1164483078

**Nombre del archivo:** extracto\_201982723403.docx (61.79K)

**Total de palabras:** 9967

**Total de caracteres:** 54771

## INTRODUCCIÓN

La Pymes forman parte importante <sup>4</sup> para la activación económica y productiva de un país debido a su contribución como fuentes generadoras de empleos e ingreso, además que podríamos generar una asociatividad para poder generar más fuentes de ingresos y plazas de trabajo porque ya no formaríamos parte de una pequeña empresa sino de una mediana o grande empresa con más empleados. Es evidente el potencial competitivo de las pymes ya sean de servicios o comerciales es necesario que estas gocen de un debido ambiente laboral que les promueva la participación de los empleados y su debido crecimiento para ellos y para que la empresa pueda llegar a acaparar un buen segmento del mercado.

El presente trabajo tiene la finalidad de analizar la productividad y las oportunidades que tienen las pymes comerciales al momento de asociarse <sup>2</sup> en el Cantón la Troncal provincia del Cañar, además poder ver las <sup>4</sup> características de unidades producidas que operan en menor escala que las grandes empresas, también poder analizar si su estructura y su tamaño permite adaptarse al mercado y si puede expandirse o tener un gran posicionamiento en el mercado.

En todos los tipos de asociatividad tendrá como objetivo principal generar una penetración en el mercado como también generar un mismo ingreso a todos los integrantes de la asociación, consorcio y la cooperativa. Aunque existen muchos problemas a la creación y es posible solucionarlo al transcurso del tiempo que dure la asociatividad.

En el siguiente apartado, se analiza estas dificultades: La asociación; las PYMES no saben lo que es realmente una asociación, las ventajas que podría tener la empresa y por lo cual no hacen uso de este método que puede fortalecerlos en el mercado (Lozano, 2015).

Agregado a esto, se hace el estudio del consorcio que va a conceder el conducirse de una forma vinculada, relacionados entre sí para estar en los distintos mercados, fortaleciendo a la organización y obteniendo una agudeza en el proceso de la cooperación, de retos, de los trabajos y de las diferentes limitaciones por responder para de esta manera certificar un trabajo eficiente del esfuerzo de la organización en general. Como último punto, se calcula, la estructuración de cooperativas que se formaran a una escala superior en La Troncal ya que no se conocen los efectos positivos, y el riesgo que tienen los dueños de la Pymes por elaborar sistemas eficientes y estratégicos que le concedan una mejor gestión contra los niveles elevados de competencias que se crea cada día en el mercado.

Las empresas ante la alta competitividad se ven obligadas a tomar nuevas alternativas que permitan contrarrestar los efectos de la competencia. Ante esta realidad las empresas consideran como alternativa la asociatividad.

En las pymes comerciales del cantón La Troncal se logra evidenciar la falta de estrategias para fortalecerse en el mercado actual y así poder alcanzar resultados exitosos. En la investigación se sugiere implementar una estrategia de fortalecimiento para las pymes comerciales del cantón La Troncal para así obtener mejores resultados que aporten al desarrollo económico del cantón.

Se considera que las posibles causas que generan la presente problemática es la falta de conocimiento por parte de los empresarios del grupo de las pequeñas y medianas empresas

en el tema de la asociatividad y su influencia sobre las empresas. Por lo que esta investigación busca demostrar que la asociatividad puede ser una alternativa que las pymes comerciales deberían implementar como estrategia para obtener beneficios de la misma.

¿De qué manera la asociatividad influye en las pymes comerciales del cantón la Troncal, Provincia del Cañar-Ecuador?

¿De qué manera la Asociación, como arquetipo de asociatividad, influye en la competitividad de las PYMES comerciales del cantón La Troncal, Provincia del Cañar-Ecuador?

¿De qué forma Consorcio, a manera de asociatividad, influye en la competitividad de las PYMES del cantón La Troncal, Provincia del Cañar-Ecuador?

¿Cómo la Cooperativa, a modo de asociatividad, repercute en la competitividad de las PYMES comerciales del cantón La Troncal, Provincia del Cañar-Ecuador?

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Diseñar una estrategia de fortalecimiento de la asociatividad para favorecer a la competitividad de las pymes comerciales del cantón La Troncal.

### **Objetivos Específicos**

- Establecer las relaciones que sustentan los temas correspondientes a las variables de estudio de la investigación.
- Formular de qué forma las cooperativas, influyen en la satisfacción de los consumidores de las pymes del cantón La Troncal, Provincia del Cañar-Ecuador.

- Especificar las relaciones que sustentan los temas correspondientes a las variables de estudio.
- Detallar la operatividad de las acciones estratégicas que se proponen.

### **Delimitación de Problema**

El lugar donde se desarrollará este proyecto de investigación es el siguiente:

- **Espacial:** Ecuador, Provincia del Cañar, Cantón Troncal
- **Línea de Investigación:** Modelos de desarrollo local ajustados a los enfoques de la economía popular y solidaria; Y sostenibilidad
- **Temporal:** Investigación cuyos resultados permitirán ser empleados con validez durante los 5 posteriores años de exposición de los resultados. Período: año 2019.

### **Justificación de la Investigación**

La tesis realizada tiene el estudio analítico con respecto a la asociatividad, estableciendo de forma concreta los diferentes tipos de asociatividad de las pequeña y grandes empresas comerciales en el Cantón La Troncal, por lo cual esto le ayuda a elevar su competitividad, con respecto a las formas de asociatividad que se toman en cuenta como: la asociación, el consorcio y la cooperativa.

Esto, es debido a que se tiene como referencia con respecto a lo que dice el MIES, ya que manifiesta más emparejamiento con lo real del aspecto social, económico y con respecto al aspecto geográfico y cultural del cantón La Troncal. En análisis que es de mucha importancia ya que se mostrarán datos precisos con respecto a la relevancia de la asociatividad y esta se transformará en un instrumento de gran importancia, que al propagarse entre las Pymes del Cantón La Troncal, las mismas podrán elegir alguna forma empresarial para fortalecerse con el mercado actual y afrontar de alguna manera los

problemas casi inevitables que se basa en el ingreso de organizaciones con grandes fondos económicos.

Los dueños de las pymes analizarán la importancia de mejorar la competitividad y las nuevas maneras, mecanismos o estrategias de desarrollo para poder generar un impacto positivo en el mercado con su empresa y por medio de este punto de vista se aplicara un estudio crítico, coherente y objetivo que al mismo tiempo concederá el establecimiento de cuál es el direccionamiento más relevante de la asociatividad que se tiene que tomar muy en cuenta y analizar cómo se lo puede como sobrellevar las debilidades, barreras que se forman de manera intrínseca en las organizaciones para encaminar a esta nueva manera de fortalecimiento.

Gran parte del sector de Pymes no cuentan con la capacidad de obtener recursos para desarrollarse en los mercados internos y externos, donde la competitividad y productividad, es imperativa. La falta de crédito y acceso a tecnología, las mantiene aisladas de esta realidad. Por lo que les resulta difícil mantenerse en el tiempo con la demanda que exigen estos mercados.

Se enfoca en analizar las oportunidades que tienen las pequeñas y medianas empresas, teniendo el enfoque de estar acorde con la realidad de los conceptos económicos, contenidos científicos y tecnológicos, que satisfaga las demandas sociales y cumpla con los esquemas de asociatividad y competitividad.

## **CAPÍTULO 1**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **Antecedentes de la investigación**

Se tiene como referencia la presentación de diferentes trabajos por donde se detallan los estudios y el proceso aplicado por cada investigador.

“En la actualidad la asociatividad dentro de la empresa se ha logrado convertir en una forma elemental de atemperar todos los efectos de la globalización” (Silva Lira, 2017, p.34) dado al hecho de que las pymes logren crear una interacción no solo con los mercados internos, sino que además puedan ser capaces de competir con los mercados externos, permitiéndose de esta manera mejorar su estructura de costos, y de esta forma puedan tener precios que sean capaces de competir, además de que ofrezcan productos con relación calidad-precio.

No obstante, en periodos anteriores la economía de la mayoría de países se veía administrada y gobernada por un modelo Fordista, en donde toda aquella producción que se lograba era en efecto cadena que solo buscaba dar beneficios mayoritariamente a las economías avanzadas y a las grandes organizaciones que tenían la capacidad de producir bajo este modelo, logrando así grandes resultados, razones por las cuales todas las políticas que se desarrollaban a través de estatutos gubernamentales ponían su enfoque solo en estas empresas, dejando olvidadas a las empresas medianas y pequeñas, además de aquellas que empezaban a surgir. Según Lombana & Rozas Gutiérrez (2016) ante la inmensa ola de la globalización y la crisis económica alrededor del mundo se pudieron establecer nuevos procesos en donde los países pusieron en manifiesto la necesidad de idealizar nuevos y renovados enfoques, que brinden su apoyo <sup>6</sup> no solo a las grandes empresas sino también a

las pequeñas y medianas, manifestándose de esta forma, la asociatividad empresarial entre lo que son los productores pequeños y medianos, esto como una nueva y mejorada alternativa, no obstante es primordial recalcar que estos enfoques fueron desarrollados en primera instancia por Alfred Marshall en su trabajo "Principios de economía" escrita hacia el año de 1920 .

En la tesis doctoral "Plan de asociatividad para los técnicos electrónicos de la parroquia José Luis Tamayo cantón Salinas provincia de Santa Elena" Carrillo (2015) pone en consideración que:

Los proyectos asociativos, que pueden ser de diversa índole dependiendo de las necesidades detectadas, entre ellos las cooperativas, consorcios, asociaciones, etc., son mecanismos que se pueden poner en práctica con la finalidad de cumplir un objetivo o interés general que beneficie a un colectivo determinado (p.57).

Según lo planteado anteriormente la asociatividad logra ser concebida como un mecanismo de unión, para así reunir toda la fuerza y capacidad en una sola entidad y condescender la manifestación formal de un determinado colectivo dentro de un campo específico, siendo esta una manera de ejecución, integrando y complementando las capacidades de cada uno de los individuos activos en cara a todas aquellas proporciones de desarrollo, que individualmente no habían podido aprovechar.

Instituyendo los aspectos anteriores de la asociatividad, se logra mencionar lo que determina Sánchez, Salazar, y Soto (2014) en su investigación "estudio de las diferentes actividades de elaboración que realizada en los espacios marítimos resguardados de

Ecuador: Santa Elena” donde detalla que es importante fortalecer las medidas de control de la pesca ilegal y las diferentes actividades que realizan los turistas dentro de este lugar protegido ubicado en Santa Elena, ya que en este lugar existen comunidades las cuales no pueden usar los recursos pesqueros para su debido desarrollo, gracias a la pesca informal entre otros elementos. Terminando en el establecimiento dominado por las variables, en relación a las empresas de manera macro y micro que tienen cierta conexión con el proceso de producción en casos de competencia para de los mercados, debido a que el desarrollo productivo de las pymes siempre estará dependiente de sus recursos, puesto a que el progreso y mejoramiento de las competencias es un factor clave para aumentar la productividad.

En la tesis de Bermúdez Carrillo (2014), sobre “la asociatividad: para que las pymes tengan un desarrollo considerado en el Ecuador se planteó opciones en la comunidad andina” el mismo tiene como fin el desarrollo de las competencias para una mayor producción de las pequeñas y medianas empresas de forma individual o grupal, de esta manera su producción puede hacer admitida a los diferentes mercados internacionales gracias a la ayuda de sistemas no reembolsables.

Investigadores como Cruzado Sánchez (2015) en su artículo de investigación: (técnicas organizacionales para el crecimiento y la competitividad de las pymes), manifiesta que dentro del aspecto organizacional del análisis respectivo con respecto a la competitividad es un instrumento importante, se tiene en cuenta que el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas es debido al aumento de las ventas la misma que se puede pronosticar promedio de estadística. Obteniendo resultados que provienen de un total de 109 organizaciones de

varios lugares, características y tamaños; el método que se usó fue el análisis de regresión para realizar y obtener los datos estadísticos, de esta manera se impusieron variables determinadas para los elementos de competitividad: innovación, tecnología, recursos humanos, tecnologías de información y calidad. Obteniendo que las variables de calidad y recursos humanos tienen un nivel determinado reducido, agregado esto no resulta relevante la creación que bríos comerciales, más bien que ambos provocan asociación y estos se ven manifestados en el concepto de las ventas.

De forma similar a la investigación anterior los autores Chirinos, Meriño, Martínez, y Pérez (2018) en su artículo “elementos relacionados con el éxito de pymes orientados a la competitividad organizacional” comenta que la competitividad en el ámbito laboral se efectúa por elementos externos e internos como es el ámbito social, legal, económico y político que involucran de forma igualitaria el funcionamiento de las organizaciones ubicadas en un lugar específico.

Por otra parte, el grupo de características que forman el medio industrial o sectorial en el que se plantean las competencias entre las diferentes organizaciones. Los elementos que se encuentran dentro de la empresa, hacen referencia a las variables, constanding aquellos recursos, técnicos, financieros, físicos y otros, y también a aquellos conocimientos de organización, tecnología y directiva.

Por cuál parezcan empresa obtenga la delantera con respecto al ámbito competitivo debe inicialmente hacer el análisis de sus recursos, conocimientos y habilidades, haciendo una valorización de las variables no sólo relacionándolas sino también considerando a las

personas. Para esto se elaboró un estudio cuantitativo tomando como referencia 2711 PYMES comerciales. De la misma forma se obtiene la relevancia relativa con respecto los elementos internos comparado a los externos, teniendo en cuenta que las variables que más peso tienen son las internas. En especial en las capacidades y los recursos relacionados con el triunfo en las organizaciones de un tamaño menor.

Se concluye haciendo énfasis en que la asociatividad es de vital importancia para las pequeñas y medianas empresas, ya que es importante saber qué beneficios traería esta y de igual manera, expandirse a nivel internacional usando varias estrategias que autorice un efectivo desarrollo para así alcanzar el objetivo planteado.

### **Fundamentación Teórica**

Los fundamentos de las diferentes teorías inician desde el análisis de las variantes de investigación, con el propósito de darle una definición a las bases teóricas que darán sustento a la investigación y que permitirán la fundamentación de un estudio variado, con respecto a las teorías que se instituyen; por lo tanto, se ha orientado a establecer elementos sobre la asociatividad, competitividad y Pymes.

### **ASOCIATIVIDAD**

#### ***DEFINICIÓN***

Se lo conoce como un mecanismo de unión y cooperación que se manifiesta entre las pequeñas y medianas, en donde cada una de las empresas que la integran, manteniendo aun su autonomía e independencia legal, toma la decisión voluntaria de ser partícipe de una

relación en conjunto con el fin de obtener beneficios en concreto (Ibáñez, Maldonado, et al, 2015).

Es una forma de colaboración entre las pymes, cada organización tiene la decisión de no participar o participar para de esta forma lograr un esfuerzo en equipo con los demás miembros y así conseguir un objetivo entre las pymes asociadas, conservando su independencia gubernamental y la autonomía dentro de la gerencia. Torne, Chong, y Túpac (2017) afirman que:

La asociatividad se caracteriza por ser un dispositivo clave creado por visionarios de negocios, respaldado por operadores sociales y financieros, que tiene como finalidad proteger los intereses de las pymes, lo que permitirá oprimir las restricciones, anticipar, ofrecer artículos y mejorar la calidad. Limitan el hecho de que una reunión de individuos debe reunir un capital social, ya sea a través de ejercicios sociales y financieros que puedan constituirlos como una organización solitaria, mejorando así su administración, rentabilidad y competitividad, teniendo la opción de tener costos específicos y sus elementos. Gran calidad y, por lo tanto, tienen la oportunidad de competir en sectores empresariales externos. (p.28)

***Beneficios de la asociatividad:***

“Adoptar y de la misma forma aplicar la economía gradual y por medio de esto, llegar a diferentes mercados, tener acceso a tecnologías actuales, precios menores: en especial en microempresas” (Naclerio & Trucco, 2015, p.55). La escala orientada a la economía que se alcanzan por medio de esquemas asociativos es necesario para de esta manera tener

descuentos cuando se quiere los insumos, la tensión, acceso a diferentes mercados de mayor nivel y utilizar de forma eficiente tecnologías para una mejor producción.

Disminución de conflictos de entrada: la distinción de las organizaciones en varios niveles de la línea de productividad, bajo el contexto que agiliza el proceso de subcontratación y también al momento de crear una red horizontal, tiende a agilizar el inicio de diferentes procesos, emprendimientos productivos.

Acelerar el proceso de aprendizaje: se puede acelerar el proceso por medio del intercambio de conocimiento y por medio de la especialización en los niveles del proceso de productividad para de esta manera tener preeminencias semejantes.

Pertinencia en los ejercicios de apoyo: el tener una comunicación directa y fluida con organizaciones privadas y públicas hace crecer el porcentaje de éxito de los diferentes programas orientados al apoyo, optimizar el aforo orientado a la interpretación de las necesidades de producción.

Flexibilidad: tener relaciones y cooperar con diferentes empresas da consenso a un mayor nivel de capacidad para dar respuesta al constante cambio con respecto a la demanda, sin tener que maximizar el capital y los costos fijos.

### ***Tipos de asociatividad:***

Según el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), Los tipos de asociatividad son: asociación, consorcio y la cooperativa. No obstante, se crean subdificultades que se asocian con estos métodos de relación, en referencia a lo que es un triunfo organizacional.

- **Asociación:** aquellas asociaciones de servicios o producidas, lograrán obtener personalidad jurídica, a través de la determinación expresada por el instituto, luego de ser efectuado <sup>8</sup> la verificación del cumplimiento, de todos los requisitos que constituirán en el estatuto de la ley vigente y de esta forma cumplir con todas las obligaciones establecidas en la misma.
- **Consortio:** un cumulo de cooperativas de igual o distinta clase, tendrán la facultad de formar asociaciones, redes, grupos o consorcios, siempre y cuando se cumplan libremente las normas pactadas por las cooperativas.
- **Cooperativa:** De acuerdo a la Ley de la economía popular y solidaria, se considera como cooperativa, a “las organizaciones económicas solidarias, constituidas como sociedades de derecho privado, con finalidad social y sin fin de lucro, auto gestionados democráticamente por sus socios que, unen sus aportaciones económicas, fuerza de trabajo, capacidad productiva y de servicios, para la satisfacción de sus necesidades económicas, sociales y culturales, a través de una empresa administrativa en común, que busca el beneficio inmediato de sus integrantes y mediato de la comunidad” (MIES, 2017) (Ministerio de inclusión económica y social).

## **Características**

Según Medina Rendón (2017) existen una serie de características las cuales se manifiestan a continuación:

Su inserción se hace de modo voluntario: las empresas de ninguna forma son forzadas a ser parte de algún tipo de agrupación, más bien estas se integran cuando creen que tienen oportunidad de mejorar y crecer.

Ninguna empresa es excluida teniendo en cuenta el mercado en el cual trabajan: Este puede ser aplicado a varias organizaciones sin que importe si son pertenecientes a cualquier industria. Será dependiente de la forma de asociatividad que éste tome, pueden encaminarse a cierto rubro o agregar los socios de varias actividades.

Las empresas mantienen su autonomía: sólo en el caso de las agrupaciones asociativas cada organización puede conservar su autonomía gerencial y jurídica, agregado esto cada empresa puede decidir que realizar los diferentes beneficios que obtiene.

Se le permite tener varias modalidades tanto de forma jurídica como organizacionales.

Es únicamente para para las medianas y pequeñas empresas, se compone de una estructura de agregación orientada al interés. Las organizaciones grandes se dirigen más a la relación por medio de alianzas como estrategias siendo estas las cuales no traen consecuencias a nivel colectivo.

No obstante, la característica primordial es conceder la resolución de dificultades en la agrupación siempre y cuando se mantenga la autonomía de la gerencia empresarial de las cuales participan, esta es una forma de enfrentar la globalización.

### **Restricciones de la asociatividad**

Vidal (2015), “manifiesta que con el alto nivel de beneficio que se generan promedio de los mecanismos de asociación para las pequeñas y medianas empresas, su posibilidad se ve bloqueada por diferentes elementos a saber” (p.37), tales como:

Falta de cultura entre las empresas: la importancia de una conducta relacional con respecto a la cooperación y la competitividad en relación a las organizaciones, que se sea insertada dentro de la política de sus aplicaciones la cual aún no ha sido incorporada dentro de la filosofía de trabajo de varias organizaciones y empresas. Esta es una de las principales problemáticas al momento de relacionarse y de tomar decisiones grupales.

Reducido campo institucional, que motive los mecanismos colaboración: esto es una problemática el cual crea barreras que desmotivan el progreso de los distintos módulos de cooperación entre los agentes económicos y sociales. (Hernández & Daniza, 2016).

Adicional a esto es necesario tener en cuenta que las organizaciones antes mencionadas buscan tener un trato preferencial por parte de las autoridades y organismos públicos que, en obtener la mayor ventaja de sus recursos activos, lo que hace que no haya colaboración en ningún tipo de iniciativa para fomentar la misma dentro de la empresa.

Falta de conceptos de asociatividad con distintos modos de estrategias particulares:

La Asociatividad suele confundirse con la alianza de las empresas que tienen dificultades en común y se asocian para ejercer presión a otra empresa, para así generar una viable solución exigente, individualmente circunstancial de algún contexto específico. Tiene mucha frecuencia el hecho de que se confunda el término de cooperación con las entidades cooperativas de tipología social.

Inexactitud de propagación de experiencias asociativas que consigan aprovechar de ejemplo de experiencias asociativas: dar a conocer las victorias asociativas de aquellas empresas que han conseguido llevar a la práctica de colectividad. Los beneficios y las experiencias tienen que ser correctamente promovidos para así crear motivación a otros grupos de instituciones.

La edificación de los vínculos de confianza entre los jefes de las empresas es uno de los factores principales, la importancia de poder contar con hechos incontrastables y exitosos es de suma relevancia, además de la meticulosa evaluación para llevar de cerca los resultados obtenidos en la asociación entre las empresas, el cual es un factor motivacional para la toma y ejecución de las decisiones entre los empresarios (Gordon, 2016).

#### **Causas de fracaso de los modelos asociativos:**

Jensen y Valdebenito (2015) manifiestan que apelar a los modelos de asociatividad para la ejecución de un proyecto en específico, es un cambio de gran magnitud en las directrices y filosofías de la dirección en las empresas, se transforma en un cambio en donde se deben dejar de lado las pautas tradicionales y darle paso a la ejecución de nuevas capacidades que

permitan mantener un mejor control de competencia dentro del mercado, para lograr esto es necesario mantener una clara convicción del proyecto que se pondrá en marcha y la importancia de las estrategias planteadas, a continuación se mencionaran algunas de las causas que conlleva al fracaso:

- La vocación de comparación, el nivel de miedo y desconfianza se presenta de una gran medida en los participantes.
- Dentro del entorno empresarial no existen convicciones que apoyen o estimulen a los procesos de asociación.
- No coexiste una efectiva expansión de todas aquellas vivencias enriquecedoras con relación a la asociatividad, el cual puedan servir de ejemplo a seguir.
- No existe una adecuada comunicación en donde se puedan determinar las reglas dentro de los grupos y el tipo de colaboración que se plantea.
- Dentro de los grupos no se cuenta con la presencia de un profesional que sirva como mediador entre la unión de los integrantes y que proponga y ayude asertivamente a mantener la unión para así lograr los objetivos planteados de una manera eficaz.
- No se logran precisar ni alinear correctamente los intereses de todas las partes integrantes.

#### **Modelos de asociatividad:**

Los modelos de asociatividad que se manifiestan en este trabajo se encuentran definidos por distintos factores, los cuales ayudan a alcanzar paralelismos de desarrollo y triunfo entre los integrantes asociados (Pineda & Pineda, 2017). Los modelos de asociatividad que

se presentaran a continuación llevan consigo la representación de un importante desarrollo para esta propuesta, a los cuales se los pone en manifiesto a continuación:

**Subcontratación:** Son empresas muy pequeñas que producen para clientes grandes, en vario de los casos se trata también de empresas mediadas que ejecutan proyectos y productos para clientes muy importantes y con una gran repercusión.

**Alianzas estratégicas:** Son las que se encargan de investigar idilios comerciales horizontales, que se dan entre personas o instituciones que son las que rivalizan en el mercado, por lo que favorecen y se unen en varias actividades, en la que podrían ser desarrollo, comercialización, investigación y compras.

**Núcleos empresariales:** estos son los equipos que se forman de trabajo, en el que se constituyen empresarios que sean de rubros semejantes o diferentes que presenten dificultades a destacar en común, en el que la finalidad de unirse es para buscar las soluciones a una dificultad y para colaborar con experiencias. De la misma manera las denominadas redes de cooperación, es un conjunto de individuos o de instituciones empresariales, encargadas de colaborar información fundamental acerca de procesos, conservando su independencia, misma que es de utilidad o beneficio al progreso de la asociatividad.

**Grupos de exportación:** ocurre cuando distintas instituciones empresariales pertenecientes a un sector en común, con la finalidad de enfrentar colectivamente un proyecto de exportación, el cual contará con alguien encargado de orientarlos como es el coordinador, para así trazar una estrategia que sea de beneficio para que el grupo pueda instalar en el exterior sus productos.

Lo referido anteriormente indica que es fundamental los beneficios que presentan el hecho de trabajar colectivamente; debido a que cada institución empresarial, persona o negocio se administra al indicado modelo que quiere investigar para que su negocio obtenga una mejoría, en el que consigue favorables condiciones para el progreso de la misma.

### *Subcontratación como estrategia de asociatividad*

Leiva Gómez (2018) Expresa que los métodos para la subcontratación de algún tipo de servicios dan acceso a las organizaciones para facilitar planes de calidad, economizar y elevar la competitividad dentro del mercado. Frecuentemente, esto sucede en el momento de que una organización acude a otra. Esto se da cuando el servicio que requiere la persona no es con respecto a la actividad prioritaria de la organización. Una de las ventajas de este ámbito, es decir, de la subcontratación es que da acceso a que las diferentes organizaciones puedan continuar su desarrollo con respecto a su negocio y de esta forma genere confianza con sus consumidores. Por esto es que las organizaciones que usa este tipo de estrategias van aumentando de manera progresiva.

Para Cataldo y Luis (2016) las causas normales por la que se recurra a la delegación técnica de trabajos pueden variar:

En ciertos casos y, teniendo en cuenta los recursos que tiene la organización, es importante tener presente aspectos de gran interés de la misma organización. Por lo escaso puede llegar a darse, que la empresa debe instituir prelación y delegar los cargos más especializados e importantes a diferentes organizaciones con experiencia en el tema, de este

modo se asegura la calidad del producto final sin dejar a un lado los temas internos prioritaria.

Conservar nóminas de profesionales con especialidad en ciertos labores y equipos internos puede llegar a generar un coste, en ocasiones, complicado de asumir. Principalmente en el tiempo en el que la demanda fluctúa demasiado y representa es constante, generando pérdidas. Asistirse con la medida de subcontratación en estos aspectos puede llegar a reducir riesgos de pérdidas.

De igual manera en que se pueden otorgar funciones por problemas internos graves, así mismo se pueden dar dificultades no graves que necesiten gran atención por parte de la organización. La evolución de la organización o incluso la composición de diferentes factores de tecnologías y procesos digitales pueden llegar a necesitar que se les otorgue recursos para tener diferentes funciones internas. Por lo cual, otras labores tienen que estar relegados de forma externa a nuevas manos expertas.

Uno de los grandes beneficios que trae consigo la subcontratación es tener la potestad para colocar proyectos en empresas especialistas a cambio de que se reduzcan los costos en las empresas y por la liberalización del trabajo. De la misma forma como es la manera en que la organización pueda otorgar recursos importantes de dinero con personal y tiempo, diferentes actividades y diferentes labores, de esta manera en la empresa se puede mejorar la competitividad dentro del mercado. Aunque es una en subida y que es un método que se implanta dentro de las empresas, ya que no todas las dificultades son válidas para subcontratar.

Ahora bien, “en la actualidad la asociatividad dentro de la empresa se ha logrado convertir en una forma elemental de atemperar todos los efectos de la globalización” (Silva Lira, 2017, p.34).

Dado al hecho de que las pequeñas y medianas empresas logren crear una interacción no solo con los mercados internos, sino que además puedan ser capaces de competir con los mercados externos, permitiéndose de esta manera mejorar su estructura de costos, y de esta forma puedan tener precios que sean capaces de competir, además de que ofrezcan productos con relación calidad-precio.

No obstante, en periodos anteriores la economía de la mayoría de países se veía administrada y gobernada por un modelo Fordista, en donde toda aquella producción que se lograba era en efecto cadena que solo buscaba dar beneficios mayoritariamente a las economías avanzadas y a las grandes organizaciones que tenían la capacidad de producir bajo este modelo, logrando así grandes resultados, razones por las cuales todas las políticas que se desarrollaban a través de estatutos gubernamentales ponían su enfoque solo en estas empresas, dejando olvidadas a las empresas medianas y pequeñas, además de aquellas que empezaban a surgir. Según Lombana & Rozas Gutiérrez (2016) ante la inmensa ola de la globalización y la crisis económica alrededor del mundo se pudieron establecer nuevos procesos en donde los países pusieron en manifiesto la necesidad de idealizar nuevos y renovados enfoques, que brinden su apoyo <sup>6</sup> no solo a las grandes empresas sino también a las pequeñas y medianas, manifestándose de esta forma, la asociatividad empresarial entre lo que son los productores pequeños y medianos, esto como una nueva y mejorada alternativa, no obstante es primordial recalcar que estos enfoques fueron desarrollados en

primera instancia por Alfred Marshall en su trabajo "Principios de economía" escrita hacia el año de 1920.

En la tesis doctoral "Plan de asociatividad para los técnicos electrónicos de la parroquia José Luis Tamayo cantón Salinas provincia de Santa Elena" Carrillo (2015) pone en consideración que:

Los proyectos asociativos, que pueden ser de diversa índole dependiendo de las necesidades detectadas, entre ellos las cooperativas, consorcios, asociaciones, joint ventures, etc., son mecanismos que se pueden poner en práctica con la finalidad de cumplir un objetivo o interés general que beneficie a un colectivo determinado (p.57).

Según lo planteado anteriormente la asociatividad logra ser concebida como un mecanismo de unión, para así reunir toda la fuerza y capacidad en una sola entidad y condescender la manifestación formal de un determinado colectivo dentro de un campo específico, siendo esta una manera de ejecución, integrando y complementando las capacidades de cada uno de los individuos activos en cara a todas aquellas proporciones de desarrollo, que individualmente no habían podido aprovechar.

Estableciendo los precedentes de la asociatividad, se puede hacer mención a lo determinado por Sánchez, Salazar, y Soto (2014) en su trabajo "Análisis de las actividades de producción que se realizan en las áreas marinas protegidas del Ecuador: Caso provincia de Santa Elena"

Donde plasma que es necesario que se fortalezca el sistema de control de pesca informal y actividades turísticas dentro de la Reserva Marina de Producción Faunística Costera

Puntilla de Santa Elena, puesto a que en los alrededores viven comunidades que no pueden aprovechar los recursos naturales para su desarrollo debido a pesca ilegal entre otros factores. Concluyendo sobre el establecimiento del dominio de las inconstantes, con respecto a las organizaciones de forma micro y macro que guardan relación con el proceso de productividad en situaciones de competencia única de los mercados, debido a que el desarrollo de la producción de las pequeñas y medianas empresas siempre dependerá de su economía, siendo el desarrollo de las competencias un elemento importante para el aumento de la producción.

Según Álvarez, Rivero y Rojas (2005) concurren factores los cuales se utilizan para respaldar la conquista de los convenios y mancomunidades, que se demuestran en formas imborrables de un hecho institucional, que aporte al proceso de competitividad, en donde se tome en cuenta aquellos elementos de inclusión y sostenibilidad, Estos factores se muestran en el cuadro 1.

### **La asociatividad en Ecuador**

La asociatividad dentro del Ecuador desea tener apoyos de empresas democráticas y gremiales, las cuales puedan permitir promover la descentralización, en lo que se pueda tener a favor de sus asociados, impulsando la asistencia técnica, la defensa de la autonomía y la capacitación, que serán dadas con el soporte de las Instituciones Gubernamentales que son dadas en conjunto como Ministerio de ambiente, de Industria, cooperación financiera y por último productividad aunque existen otros estos son los fundamentales que se encuentran encargados de expresar certificaciones de funcionamiento, agilizando las

diligencias, en los que se tendrá en cuenta los principios de reciprocidad, de trabajo en equipo, de cooperación y de desinterés (Borja, Quinatoa, & Baculima, 2017).

En el Ecuador la estructura empresarial se encuentra conformada por lo general de pequeñas y medianas empresas, debido a que la creación de beneficios de competencias, en diferencias de extensas firmas, ya que se hallan restringidas a la escasa capacidad de capital y aparte la escasa tecnología que tienen, por lo que no se puede tener un mayor desarrollo.

### **Competitividad**

Las vinculaciones que fundamenta las Instituciones empresariales en relación con su competencia, clientes y proveedores, que conviven en el mercado y se comentan con una serie de agentes gubernativos, que se manifiestan en una región, el cual puede convertirse en el inciso para la realización de la fundamentación de beneficios competitivos. Por lo que estas relaciones establecen la disposición de redes institucionales de diferentes índoles como componentes que generen beneficios a todos los integrantes de las empresas, lo que se llevará a cabo mediante el intercambio dinámico que existen entre ellos. (Bada Carbajal, Rivas Tovar, et al, 2017).

Al referirnos a globalización, la competitividad pasa a ser un concepto en el que se convierte en un referente necesario, mismo que son generalmente inseparables. La globalización genera beneficios para poder conllevar los problemas, por lo que Granda, y Rivera (2016), indican que una alternativa adecuada es la competitividad de las instituciones empresariales, concepto que se vincula con la capacidad que poseen las

instituciones de cierto país con la finalidad de producir, desarrollar y colocar sus respectivos productos a un mercado que es internacional, centrándose en la competitividad con instituciones empresariales que pertenecen a otros países.

Paz Enrique y Roque Doval (2018), mencionan que la competitividad en referente a la productividad, en la que un país puede utilizar o hacer uso de sus recursos económicos, naturales y humanos. Lo cual generalmente será dependiente tanto de la eficiencia con la que se hace posible producirse, como por el valor que presenta cada producto.

En lo que diferentes autores exponen se puede considerar la relación recíproca entre la productividad y competitividad, y cómo influye esta relación en el avance económico organizacional y la importancia en el avance de la economía del país. Lo que establece su relevancia, por su contribución al momento de crear una condición necesaria para compensar lo que el mercado requiere y al mismo tiempo optimizar el bienestar de las personas para enfrentar las circunstancias futuras, y así agilizar y rentabilizar recursos.

Alburquerque y Rodríguez (2016), declaran que la rentabilidad y competitividad son determinadas por la organización de un sector específico, aun así, este no es dependiente del servicio o producto que son producidos, ni del periodo en funcionamiento, esto solo hace referencia a la anticipación de la competencia y tener cierta influencia sobre ella.

De esta manera se puede concebir por competitividad, a la habilidad capacitiva de una empresa tanto pública como privada, para lograr conservar estratégicamente aquellas ventajas de competencia que les ayuden a conseguir, mantener y optimizar una posición determinada en su campo socioeconómico.

### **Categorización de la competitividad**

La competitividad empresarial: Está establecida partiendo desde factores que se relacionan con campos de acción en las organizaciones, la toma de decisiones y ejecución de las mismas, también acerca de la innovación, producción y talento humano. La competitividad dentro de una empresa está claramente asociada con las definiciones de rentabilidad, costos / valores, productividad, porcentaje de participación en mercado, nivel de exportación, calidad de producción, etcétera. Podemos encontrar de igual manera, indicadores de mano de obra, capital, etcétera (Mellado & Castillo, 2017).

**La competitividad organizada:** se enfoca hacia una mejora de carácter constante en relación a las coaliciones transformadoras, formada por medio de las interacciones entre las empresas, gobiernos, regiones e industrias productivas. Estos consiguen concentrar varios determinante económico y políticos en el crecimiento industrial de un gobierno, región o nación, de aquellos niveles maso y micro (Gonzalo, 2014).

**La competitividad sistémica:** se basa más que nada, en la interacción y considera que en el ambiente empresarial se arraiga a un sistema nacional de normas, reglas e instituciones que definen los incentivos, siendo que esto influye y afecta el comportamiento de las formas individuales.

Padilla (2006), describe los factores más importantes para medir la competitividad, como lo son su arqueo de crecimiento, producción e innovación, conjuntamente con

aquellos niveles de garantía que se conserven en su espacio de mercadeo, considerando que la competitividad sectorial, fundamentalmente la de carácter industrial es estimada en colación con la misma industria en distintas regiones o estados.

A nivel global se identifican dos metodologías de cálculo de la competitividad, las cuales son:

Índice global de competitividad: capturas generalidades micro y macroeconómicas y tiene la capacidad de medir las habilidades de países que logran proporcionar considerables niveles de bienestar a su comunidad; es cual depende mucho de la productividad con la que el país utilice los recursos con los que dispone. (Uran & Soza, 2017).

El índice de Competitividad: Este es calculado por el Instituto Internacional para el Desarrollo de la Gestión; y mide como una economía logra tramitar el total de todos sus recursos y competencias, con el fin de desarrollar el bienestar en su población, además también pone su enfoque en la interacción de 4 elementos de competitividad que le otorgan definición al ambiente nacional de un país:

- Constante desempeño económico
- Eficiencia gubernamental
- Constante eficacia en los negocios
- Infraestructura.

Suñol (2006), nos ostenta que están clasificadas <sup>1</sup> según su naturaleza en tangibles e intangibles, de creciente importancia. Se señalan como los factores externos tangibles, tasa de variación del Producto Interno Bruto, tasa de inflación, tipo de cambio efectivo real de la

moneda, etcétera. Como factores internos tangibles se señalan el tamaño, la productividad, la rentabilidad y demás.

Así mismo Fajnzylber (2015) dice que, de la misma manera, los factores intangibles tanto en una como en otra dimensión competitiva suelen ser referentes a los aspectos siguientes: apertura exterior de la economía y orientación internacional de la empresa, grado de desarrollo tecnológico del país y política de Investigación y desarrollo de la empresa, nivel de competencia industrial y actitud estratégica de la empresa, características de la cultura empresarial del país y de la empresa.

### **Análisis Porter de las cinco fuerzas en Competitividad**

En el año 1980 el catedrático e investigador de Norteamérica Michael Porter, escribió y publicó un libro en donde dio definiciones específicas de lo que son las estrategias para la competitividad dentro de las organizaciones, frente a la posición que estas tenían en el entorno de la industria. Las estrategias planteadas también pretendían establecer el paralelismo de síntesis que poseía cada empresa en cada al medio en el que se desarrollaban, dado al hecho de que existían cuantiosos ejemplos de marcas los cuales no habían conseguido alcanzar un vínculo inmediato y continuo con sus clientes (Rivera, 2016). Las estrategias planteadas se mencionan a continuación:

- **Liderazgo en costos totales bajos:**

Esta estrategia tiene como finalidad disminuir el precio de todos los productos que ofrezcan las empresas, para de esta manera conseguir un gran número de ventas. Así de este modo todas las ganancias que radican de las ventas se transformarían en una inversión para

adquirir nueva y mejorada tecnología, además de distintas formas de proyección ante los clientes.

- **La diferenciación:**

Esta estrategia trata en que se debe mercantilizar <sup>7</sup> los servicios y los productos que se ofrecen, de tal forma que, ante la percepción de los clientes, parezca irreplicable dentro del mercado. Es así que no solo el producto cobra importancia sino también la marca. Este método implicaría indagaciones de mercados y públicos, materiales que sean de una óptima calidad, diseños, etc.

- **El enfoque:**

Este es un método en que la empresa toma la disposición de enfocar todas sus herramientas en un público en específico. De esta forma la marca tomaba mucha más visibilidad, se hacía más efectiva y daba mayor definición al producto que se quería distribuir, lo que a la misma vez supondría un mínimo de gastos de producción.

### **LAS CINCO FUERZAS DE PORTER.**

Del mismo modo, PORTER precisó una serie de elementos primordiales que estipulan la permanencia de una empresa por un plazo extendido, por lo cual los empresarios deberían realizar un meticuloso análisis en relación al posicionamiento de sus productos y marcas (Hoyos Perales, Rodríguez Rodríguez (advisor), & Carreño Morales (advisor), 2018).

1. **Rivalidad entre competidores.** La rentabilidad de una compañía en un campo determinado tendrá mucha dependencia de la posición que esta posea ente sus

rivales y de su ingenio y diferenciación ante las conflagraciones de precios que deba confrontar, una vez más en este elemento se vuelve indispensable la diferenciación.

2. **Amenaza de productos y servicios sustitutivos.** Este apartado hace referencia a la desenvolvura para la implementación de nuevos y variados productos que consigan sustituir a los que ya se encuentran en el entorno comercial. Normalmente estos productos poseen un gran nivel de atracción, debido a la novedad que simbolizan, además de que normalmente se introducen al mercado con precios inferiores a comparación con la de los competidores.
3. **Amenazas de nuevos competidores.** Lo que se plantea en este enfoque es que cada empresa debe tener en consideración los obstáculos que existen para la implementación de nuevas marcas, por lo cual las empresas deben consignar más recursos para conseguir una diferenciaron al resto de empresas dentro de la competencia.
4. **Poder de negociación de los proveedores.** Cada entorno comercial logrará mostrarse más o menos atrayente en relación a organización y formación de los provisores y la habilidad con la que cuenten para asignar condiciones.
5. **Poder de negociación de los clientes.** Una fracción comercial tiene mucha dependencia del público por el cual está compuesto y de la diferencia de precios que tiene ese mercado a comparación con los demás. Si el público al que se le proporciona este segmento comercial se encuentra bien organizado, habrá mucha más dificultad para posicionarse, al igual que si se presentan precios bajos el cliente se encontrará acostumbrado a ellos.

### **Teoría del valor-trabajo (Adam Smith)**

Antes de realizar el análisis a los postulados de este economista, es necesario caracterizar de una manera muy específica su pensamiento en relación a la economía.

En su principal obra denominada “Una [investigación](#) sobre la [naturaleza](#) y las causas de la Riqueza de las Naciones” Smith intenta darle explicación a el desarrollo económico mediante la postulación de “división del trabajo” en donde el primordial regulador será el mercado. La determinación de la fuerza de trabajo consigue generar grandes y notorios crecimientos en la productividad, lo que a su vez aporta en el acaparamiento de riquezas. No obstante, solo las economías que tengan una visión con orientación hacia la producción para la compensación son las que se verán beneficiadas, dado a que las economías de subsistencias no poseen la capacidad de formar estas invenciones las cuales elevan de manera muy progresiva el nivel de producción (Artigas, 2016, p. 1).

Smith ejecutó una diferenciación en todas aquellas actividades que poseen un enfoque útil y las productivas y las que no poseían ningún enfoque de utilización. En su teoría principal, los empleos fructíferos eran aquellos que:

- Obtenían como resultado la elaboración de esencias tangibles, las cuales daban cavidad a la acumulación.
- Creaban un "supernumerario" el cual se podría re-invertir en un tiempo proyectivo.

Desde este punto de vista, las actividades que ponían su enfoque en prestar servicios no se las considera como efectivas y productivas, de la misma manera que aquellas actividades

que eran de carácter gubernamental, Smith nunca negó que todas estas actividades eran totalmente necesarias, sin embargo, el recalcó en que no apoyaban al crecimiento y por ende enriquecimiento de la sociedad.

## **CAPÍTULO 2**

### **METODOLOGÍA**

#### **Tipo de Investigación**

La metodología que utilizamos para la investigación, el presente proyecto fue de tipo cuantitativo por considerar la conveniencia de obtener con más claridad en el proceso investigativo, siendo coherente con nuestro objetivo de proporcionar y dar comprensión al problema. Lo que permitirá determinar un diagnóstico de la situación de este grupo de pequeñas y medianas empresas respecto de su manejo de asociatividad y competitividad.

#### **Diseño de la Investigación**

El Diseño de Investigación que enmarca el trabajo es la investigación experimental debido a que se pretende medir la incidencia que tiene la asociatividad en la competitividad.

(Ñaupas) Menciona que la investigación <sup>5</sup> experimental “Es la observación que se realiza en la investigación experimental, mediante el uso del método experimental. Consiste en examinar atentamente el efecto que produce la manipulación de la variable

independiente sobre la variable dependiente. Además, se examinan las características del comportamiento de los individuos, en el experimento. No hay experimento sin observación” (pág. 207).

## **Métodos**

### ***Métodos y técnicas***

Se utilizará métodos y técnicas de recolección de datos, de tipo documental, para la que se utilizará la técnica inductiva para lo que nos serviremos de documentación virtual (online) como son los datos de las pymes comerciales del cantón La Troncal. Por otra parte, también se utilizará la técnica de la consulta mediante el análisis de encuestas realizadas en diferentes pymes comerciales ubicadas en el cantón La Troncal.

### ***Método Inductivo***

Es un método inductivo el proyecto ya que el análisis científico va a partir de una hipótesis general para la observación de las falencias que tiene el proyecto al momento de presentar la propuesta.

### ***Método de obtención de información.***

Para el proceso investigativo se tomó de referencia fuentes de información secundarias como libros, revistas, artículos científicos, y fuentes primarias que fueron expresamente extraída la información que nos otorgaron mediante las encuestas.

### ***Herramientas para la obtención de la información.***

La herramienta de estudio establecido es a través del método cuantitativo la técnica seleccionada para poder extraer la información de los datos necesarios para el proceso de resultados de la investigación se la realizara por medio de la encuesta, que es aquella que contiene preguntas previamente estructuradas y que contienen respuestas o alternativas cerradas para facilitar la obtención y cuantificación de los resultados.

### ***Población***

(Cochran, 2016) Menciona que “Con una pequeña población, pero a la vez la misma sea heterogénea, se puede analizar en su totalidad y se extrae una pequeña muestra, es decir unidades que está cercana a la población”. Se tomará como Población a las pymes del cantón la Troncal que están conformada por 2.711 pymes comerciales datos dados por el SERVICIOS DE RENTAS INTERNAS (SRI 2019).

### ***Muestra***

La muestra se la calculará a través de la fórmula finita de investigación la misma que se consideran los datos arrojados por el SRI 2019 enfocados netamente al sector comercial.

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

### *Tipo de muestreo*

Para el desarrollo de la investigación se determinó que el tipo de muestreo que abarca el estudio es el muestreo probabilístico debido a que representa un 50 % de probabilidad y no probabilidad ante el objeto de estudio

### *Tamaño de la muestra*

$$n = \frac{1.96^2 * (2711 (0.5*0.5))}{(0.07^2 (2711-1)) + (1.962 (0.5*0.5))}$$

$$n = \frac{3.8416 * (2711 * 0.25)}{0.49 (2710) + (3.8416 (0.25))}$$

**n= 183 personas**

### *Análisis de datos para la cuantificación de los resultados.*

Los datos extraídos de la encuesta se la procederán a analizar los datos de frecuencia porcentual a través del sistema SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) el cual es un programa de paquete de datos estadísticos, que ha sido designado su uso para la presente investigación.

## **Hipótesis**

### ***Hipótesis general***

La asociatividad incide en la competitividad de las pymes comerciales del cantón La Troncal. 2019

### **Variables**

*Variable independiente:* Asociatividad

*Variable dependiente:* Competitividad

*Unidad de observación:* Pymes comerciales del cantón La Troncal

*Términos de relación:* La asociatividad como estrategia de fortalecimiento

### **CAPÍTULO 3**

#### **RESULTADOS OBTENIDOS**

##### **Característica de la muestra o población.**

Para el análisis de la investigación se acaparo los datos de las PYMES comerciales del Cantón la Troncal, según su número de comerciantes carentes de información y conocimientos en el tema de la asociatividad y su incidencia en la competitividad.

##### **Resultados obtenidos con la aplicación de los Instrumentos de recolección de datos**

La encuesta realizada a los empresarios y emprendedores de las pequeñas y medianas empresas del Cantón la Troncal dieron como resultado la siguiente información:

**ANÁLISIS:** Las pymes comerciales encuestadas respondieron que están muy de acuerdo en un 41.53% y que es muy necesario tener información clara sobre cómo funciona una asociación antes de formar parte de ella, porque primero ay que informarse de las funciones y responsabilidades que existen dentro de dicha organización y luego podrá formar parte de cualquier Asociación que le genere al comerciante resultado.

**ANÁLISIS:** El 51.37% están de acuerdo con la iniciativa de compartir una visión común ya que siempre que se realizan trabajos mancomunados, con objetivos comunes los resultados siempre son positivos mejorando así la productividad de la asociación, cooperativa o consorcio que las pymes deseen hacer.

**ANÁLISIS:** Los resultados finales de este análisis arrojan que el 54.10% de las personas encuestadas están de acuerdo, porque siempre es importante coordinar el trabajo para no ocasionar contratiempos futuros, por tal razón el equipo de trabajo tiene que tener objetivos muy claros para las mejoras de la asociación, siempre son positivos y cada día mejor.

**ANÁLISIS:** La figura muestra que un 54.10 % está de acuerdo que al formar parte de un consorcio se debe tener muy en claro las políticas de la empresa, porque las políticas que se establezcan en un consorcio son las directrices que ayudarían a saber qué decisión tomar en caso de que exista cualquier tipo de conflicto. Un 8.74 % de las PYMES encuestadas están indecisos ya que puede acerca de las políticas empresariales puesto que no consideran la importancia de estas

**ANÁLISIS:** Los resultados obtenidos indican que un 28.42% están muy de acuerdo que las empresas que deciden formar un consorcio brindan nuevas oportunidades de negocios como la internacionalización para el desarrollo y crecimiento de las PYMES, teniendo un gran potencial de crecimiento en otros países. Un 12.57% dice estar indeciso pese a que no conocen todas las ventajas de este modelo asociativo.

**ANÁLISIS:** Los resultados obtenidos indican que un 52.50% de los encuestados están muy de acuerdo con esta pregunta, ya que a través o siendo parte de un consorcio alcanzamos metas a corto plazo que quizás solo no lo podríamos lograr porque el desarrollo organizacional que nos ofrece el consorcio nos ayuda a funcionar mejor ser competitivos y organizados.

**ANÁLISIS:** Siempre en todo ámbito es necesario la capacitación y estar informado de las cosas que nos van a generar beneficios, para la toma de buenas decisiones la fuente nos da como resultado que el 48.6% está de acuerdo con esta iniciativa porque es de mucha importancia estar capacitado de los temas como el cooperativismo ya que este tema genera la competitividad y la productividad de las pymes asociadas.

**ANÁLISIS:** Según los resultados obtenidos mediante la encuesta realizada a las pymes comerciales del Cantón La Troncal el 49.73% están muy de acuerdo que la confianza entre los miembros de la cooperativa para el desarrollo social, económico de las pymes. De no ser así empezarían discordias entre los miembros cooperados y todo no funcionaría optativamente, es más llegaríamos a un déficit de productividad.

**ANÁLISIS:** Los problemas que generen las empresas asociadas siempre tienen que ser resueltos muy cómodamente, el análisis del cuadro nos da como resultado que el 48.09% está muy de acuerdo, porque al asociarse entre pymes comerciales no es solamente se genera grandes resultados también pueden ocasionar problemas mismo que deben ser resueltos equitativamente porque si no sería un gran riesgo la sociedad adquirida.

**ANÁLISIS:** El 56.83% está de acuerdo, que los competidores afectan a la empresa porque al haber en el mercado otra empresa de la misma línea que oferten los mismos productos o los mismos servicios si nosotros como empresa no buscamos una fidelización con ese cliente perderíamos los beneficios económicos de ese cliente, por eso en este proyecto vamos a tener una propuesta de estrategias de la fidelización de los clientes.

**ANÁLISIS:** La competitividad actual nos obliga a asociarnos con las pymes igual a nuestra línea de trabajo, tanto así que el 37.20% de nuestros encuestados están muy de acuerdo con esta pregunta, solo así escalaríamos más aceleradamente en el mercado actual. Y en la siguiente propuesta de nuestro proyecto buscaremos las mejores estrategias de posicionamiento del mercado de las futuras asociaciones, consorcio o cooperativas del cantón la Troncal.

**ANÁLISIS:** En el siguiente cuadro nos muestra que el 40.44% están de acuerdo que es necesario considera la variedad de costos unificados fuera cual fuera el segmento del mercado, siempre y cuando las pymes involucradas tengan un margen económico favorable.

**ANÁLISIS:** El 58.5% está muy de acuerdo que para captar nuevos mercados es necesario que las barreras de entrada que tienen las asociaciones formen expectativamente una manera de fortalecer principalmente a la competitividad existente en el mercado actual. Para llegar a que la asociación existente abastece todo el mercado existente y no solo el segmento del mercado que abastece la organización.

**ANÁLISIS:** El 54.10% está muy de acuerdo con siempre la asociación, cooperativa y consorcio debe estar atenta del progreso de la competencia analizando y creando nuevas ideas, iniciativas, estrategias enfocadas a mejorar la calidad de servicio, sin dejar de revisar los costos y los nuevos productos que entran en el mercado.

**ANÁLISIS:** A los proveedores siempre le es probable mantener a los clientes satisfechos por lo tanto siempre es bueno realizar convenios estratégicos entre los proveedores y pymes por tal razón los encuestados respondieron que el 43.17% están de acuerdo con que existan estos convenios porque así se beneficiaría todos tantos como el usuario final, proveedores y pymes comerciales.

**ANÁLISIS:** Las empresas comerciales existentes están muy de acuerdo en realizar un acuerdo comercial con la proveeduría porque así no cambiarían los costos ni para el cliente ni para la empresa y la encuesta nos muestra que el 27.87 % está muy de acuerdo.

**ANÁLISIS:** El cuadro estadístico nos arrojó que el 45.36% está de acuerdo este resultado nos indica que al momento de formar una asociación, cooperativa y consorcio se necesita tener un proveedor fijo para que los costos de los productos se mantenga, pero siempre tiene que considerar al consumidor final que es el que va a mantener el nivel de uso con relación a valor del producto y su calidad.

**ANÁLISIS:** En el siguiente grafico nos muestran que el 36.61% están de acuerdo con que debe existir cierta afinidad y confianza ya que se genera que siempre regresen a realizar sus compras, pero aparte de eso también hay que saber mejorar los costos de los productos existentes manteniendo así una fidelidad de parte del cliente.

**ANÁLISIS:** El 44.26% estuvo de acuerdo con que las asociaciones realicen ejecuten permanentemente estrategias de marketing que vayan enfocado exclusivamente por el fortalecimiento económico de las pymes.

**ANÁLISIS:** Considerando que existe libre mercado con mayor competencia las personas encuestadas están muy de acuerdo con 44.26%, que el usuario tiene que estar bien atendido debe sentirse en el lugar confortable. El cliente no solo considera los costos finales de los productos sino también como es atendido de esa manera siempre regresará a y traerá amigos que al final serán los nuevos clientes para las pymes asociada.

**ANÁLISIS:** Siempre es importante evaluar cómo va la productividad del cliente, por la gráfica nos muestra que el 54.10% están muy de acuerdo que para ejecutar esta evaluación debemos considerar si en realidad los clientes actuales están produciendo crecimiento económico para la empresa caso contrario. Según los resultados de esta pregunta de la encuesta podemos decir que en nuestra propuesta vamos a realizar una estrategia para la evaluación de los clientes actuales.

## **CAPÍTULO 4**

### **CONCLUSIONES**

Mediante el estudio de las variables se pudo identificar la incidencia de la asociatividad en la competitividad de las pequeñas y medianas empresas del cantón La Troncal, por lo tanto, se considera importante las siguientes:

La PYMES juegan un papel muy importante en el desarrollo económico del país y estas para hacer frente a la competencia deben adoptar estrategias asociativas que les permitirá fortalecerse. En la actualidad las exigencias para mantenerse en el mercado competitivo son cada vez mayores haciendo necesario adoptar modelos asociativos. La implementación de un modelo asociativo en las PYMES puede traer consigo muchos beneficios, entre ellos tenemos: llegar a nuevos mercados, acceder a tecnologías actuales, reducción de costos, entre otros, lo que contribuye al crecimiento, desarrollo y sostenibilidad de las mismas. Existen varios tipos de asociatividad como: la asociación, consorcio y la cooperativa.

El resultado obtenido mediante la encuesta realizada a 183 pymes comerciales del cantón La Troncal nos permite llegar a la conclusión que es necesario e importante tener

información clara sobre cómo funciona una asociación antes de formar parte de ella .También se pudo constatar en los resultados de las encuestas que la mayoría de los encuestados están muy de acuerdo que las empresas tienen nuevas oportunidades al formar parte de un consorcio, como la internacionalización para el desarrollo y crecimiento de las mismas.

En cuanto a la competitividad los resultados señalan que la mayoría de los encuestados están de acuerdo que los competidores afectan al crecimiento de la empresa y a su vez la supervivencia de esta, para ello se deben implementar estrategias competitivas más apropiadas, como la asociatividad.

Finalmente, la implementación de los modelos asociativos dependerá de los objetivos que las PYMES comerciales deseen perseguir para su desarrollo organizacional.

## **RECOMENDACIONES**

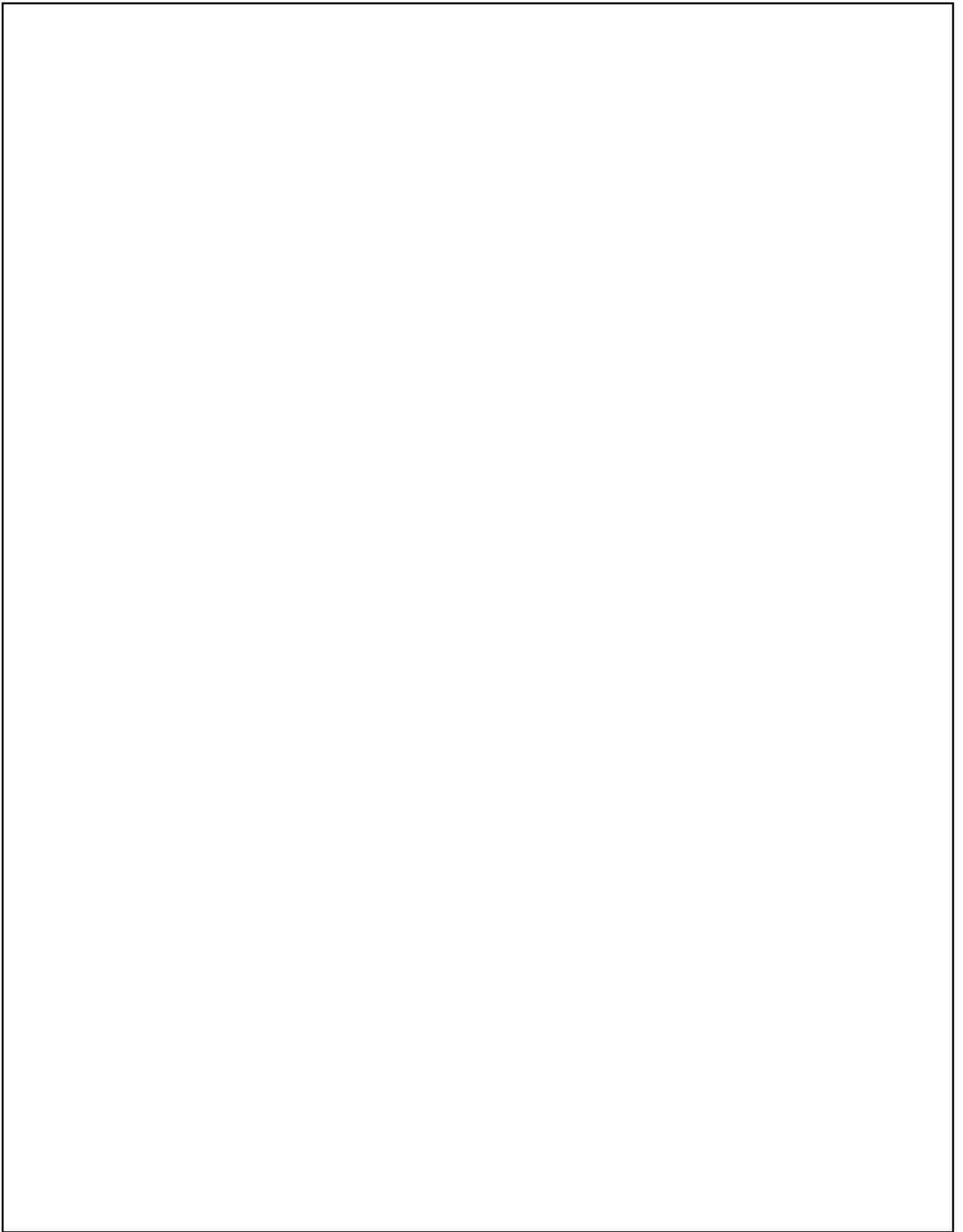
Para la formación de una asociatividad, es recomendable tener conocimientos sobre este tema, a través de capacitaciones y charlas que orienten al empresario a realizar una elección correcta respecto al modelo asociativo a implementar.

Para generar progreso económico se sugiere implementar un modelo asociativo de las pymes comerciales ya que con una sociedad se compartiría en partes iguales y sus riesgos, oportunidades y ganancias se podrá llegar a obtener una cartera de clientes extensos.

Adoptar estrategias asociativas influiría en el desarrollo económico y cultural del cantón la troncal ya que con la unión y la cooperación de los integrantes mejoraría la competitividad de los mismos.

Para la activación de un modelo asociativo se debe también tomar en cuenta el apoyo de los colaboradores de la empresa en cuestión ya que con las ideas innovadoras y haciendo un análisis del mercado podemos llegar a obtener más rentabilidad.

Los consorcios mejoran la productividad de las pymes comerciales permitiéndoles hacer frente a sus competencias de mayor poder en común, el éxito de una formación como esta les permitirá a los pequeños y medianos negocios una amplia estrategia para poder fortalecer la competitividad, es importante dar a conocer a los empresarios o emprendedores de las pymes comerciales que beneficios les otorga realizar un consorcio, sociedad o cooperativa.



# TESIS

## INFORME DE ORIGINALIDAD

3%

INDICE DE SIMILITUD

2%

FUENTES DE  
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Universidad Peruana Austral del  
Cusco

Trabajo del estudiante

1%

2

Submitted to Universidad Catolica De Cuenca

Trabajo del estudiante

<1%

3

Submitted to Universidad del Rosario

Trabajo del estudiante

<1%

4

[dspace.ups.edu.ec](https://dspace.ups.edu.ec)

Fuente de Internet

<1%

5

Submitted to Universidad Cesar Vallejo

Trabajo del estudiante

<1%

6

[www.lyd.cl](http://www.lyd.cl)

Fuente de Internet

<1%

7

Submitted to Universidad Estatal de Milagro

Trabajo del estudiante

<1%

8

[theibfr.com](http://theibfr.com)

Fuente de Internet

<1%

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 25 words

Excluir bibliografía

Activo