



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**Título:**

**LA ASOCIATIVIDAD Y LOS EMPRENDIMIENTOS EN EL CANTÓN  
CUMANDÁ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO PERÍODO 2018.**

***TRABAJO DE TITULACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERA COMERCIAL***

**Autor**

Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

**Tutor**

Ing. Alexander Fernando Vinueza Jara, PhD

**RIOBAMBA - ECUADOR**

**2020**

## INFORME DEL TUTOR

En mi calidad de tutor, y luego de haber revisado el desarrollo de la Investigación denominada LA ASOCIATIVIDAD Y LOS EMPRENDIMIENTOS EN EL CANTÓN CUMANDÁ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO PERIODO 2018. Elaborada por la señorita **GABRIELA ELIZABETH ESTRADA CABEZAS**, tengo a bien informar que el trabajo indicado, cumple con los requisitos exigidos y el reglamento planteado por la Universidad Nacional de Chimborazo para que pueda ser expuesta al público, luego de ser evaluada por el tribunal designado.

Riobamba; 18 de Diciembre del 2019



---

Ing. Alexander Fernando Vinueza Jara, PhD  
C.I: 0601605108

## CALIFICACIÓN DEL PROYECTO DE TITULACIÓN



Los miembros del tribunal de defensa del proyecto de investigación “**LA ASOCIATIVIDAD Y LOS EMPRENDIMIENTOS EN EL CANTÓN CUMANDÁ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO PERIODO 2018**”. Realizado por **GABRIELA ELIZABETH ESTRADA CABEZAS** y tutorado por el **Ing. Alexander Vinueza**.

### CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DE GRADO:

Nombres y Firmas de los miembros del Tribunal

Ing. Alexander Vinueza Jara, PhD

Tutor

  
(Firma)   
(Nota)

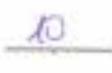
Eco. Lenin Fuentes Gavilánez, MBA

Miembro 1

  
(Firma)   
(Nota)

Mgs. Patricia Chiriboga

Miembro 2

  
(Firma)   
(Nota)

NOTA: <sup>10</sup>..... (Sobre 10)

## **DERECHOS DE AUTOR**

Yo, Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas, soy responsable de las ideas, doctrinas, resultados y propuestas expuestas en el presente trabajo de investigación, y, los derechos de autoría pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo.



---

**Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas**  
**C.I: 172617462-4**

## **DEDICATORIA**

A Dios que me ha dado la fuerza y el entusiasmo necesario para culminar una etapa llena de aprendizajes y oportunidades. Y sobre todo guiarme siempre por el camino del bien.

A mis padres, especialmente a mi madre que es mi pilar fundamental, y que siempre ha estado conmigo en los buenos y malos momentos, sobre todo por darme su amor, apoyarme e inculcarme buenos valores.

A mis hermanos, tías, primos que a pesar de no estar cerca siempre me han dado ánimo para cumplir mis objetivos y convertirme en una excelente persona y profesional.

A Joffre, por apoyarme y darme consejos que me convirtieron en alguien mejor, por la paciencia, las alegrías y sobre todo por ser mi apoyo incondicional.

*Gabriela*

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por permitirme llevar acabo mis sueños en compañía de mi familia y amigos, quienes han contribuido en mi formación para culminar mis estudios profesionales con éxito.

A la Universidad Nacional de Chimborazo por permitirme desarrollar aspectos importantes de mi vida y sobre todo culminar con éxito este camino obteniendo mi título profesional.

A mis docentes, quienes compartieron sus conocimientos y sobre todo por darme consejos que me ayudaron a formarme como persona y profesional.

De igual manera a mis amigas por todo el apoyo brindado, por las experiencias, logros y gratos momentos que serán recordados siempre.

De manera especial al Ing. Alexander Vinueza Jara, PhD, quien con su paciencia y conocimientos impartidos supo guiarme de la mejor manera a la culminación del presente trabajo de investigación.

*Gabriela*

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	I
INFORME DEL TUTOR .....	II
CALIFICACIÓN DEL PROYECTO DE TITULACIÓN .....	III
DERECHOS DE AUTOR .....	IV
DEDICATORIA .....	V
AGRADECIMIENTO .....	VI
ÍNDICE DE TABLAS .....	IX
ÍNDICE DE CUADROS .....	X
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XI
ÍNDICE DE FIGURAS .....	XI
RESUMEN .....	XII
ABSTRACT.....	XIII
1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	2
2.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
3. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.....	3
4. OBJETIVOS .....	4
4.1. Objetivo General.....	4
4.2. Objetivos Específicos.....	4
5. HIPÓTESIS.....	4
5.1. Hipótesis General.....	4
6. ESTADO DEL ARTE .....	5
6.1. ANTECEDENTES.....	5
6.2. FUNDAMENTO TEÓRICO .....	6
6.2.1. UNIDAD I.....	6
6.2.1.1. GENERALIDADES DEL CANTÓN CUMANDÁ .....	6
6.2.1.1.1. Ubicación.....	6
6.2.1.1.2. Organización territorial .....	7
6.2.1.1.2.1. Asociaciones.....	8
6.2.2. UNIDAD II.....	9
6.2.2.1. LA ASOCIATIVIDAD.....	9
6.2.2.1.1. La Asociatividad y su definición .....	9
6.2.2.1.2. Características.....	10
6.2.2.1.3. Formas de Asociatividad .....	11
6.2.2.1.4. El Sector asociativo.....	11
6.2.2.1.4.1. Ventajas del sector asociativo .....	12
6.2.2.1.4.2. Restricciones .....	13
6.2.2.1.5. Asociatividad como estrategia del comercio justo .....	13
6.2.2.1.5.1. Comercio Justo.....	13
6.2.2.1.5.2. Beneficios del Comercio Justo .....	14
6.2.2.1.6. Asociatividad y el comercio justo .....	14

6.2.3. UNIDAD III .....	14
6.2.3.1. LOS EMPRENDIMIENTOS .....	14
6.2.3.1.1. Concepto de Emprendedor .....	14
6.2.3.1.2. Concepto de Emprendimiento .....	15
6.2.3.1.3. Cultura del emprendimiento .....	16
6.2.3.1.4. Características de los emprendimientos .....	16
6.2.3.1.5. Tipos de emprendimientos.....	16
6.2.3.2. Mipymes .....	17
6.2.3.2.1. Características.....	17
7. METODOLOGÍA .....	18
7.1. Método de investigación .....	18
7.1.1. Método hipotético – deductivo .....	18
7.2. Tipo de investigación .....	19
7.3. Diseño de la investigación.....	20
7.4. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	20
7.4.1. Población.....	20
7.4.2. Muestra.....	21
7.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	21
7.5.1. Técnicas.....	21
7.5.2. Instrumentos .....	22
7.6. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN .....	22
8. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	22
8.1. Resultados y discusión .....	22
8.1.1. Resultados a la encuesta realizada a los emprendimientos.....	22
8.1.2. Resultados de la Entrevista a los representantes de las Asociaciones.....	37
8.2. Discusión de resultados .....	38
8.3. Comprobación de la hipótesis.....	39
8.3.1. Formulación de la hipótesis .....	39
8.3.2. Estimador estadístico .....	39
8.3.3. Planteamiento de la regla de aceptación.....	40
8.3.4. Preguntas para la comprobación de la hipótesis .....	40
8.3.5. Resultados obtenidos.....	41
8.3.6. Conclusión.....	43
9. PROPUESTA.....	44
9.1. Tema: .....	44
9.2. Objetivo.....	44
9.3. Esquema del Modelo de planeación estratégica .....	44
10.CONCLUSIONES.....	48
11.RECOMENDACIONES.....	49
12.BIBLIOGRAFÍA.....	50
13.ANEXOS .....	53

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Barrios del área Urbana del Cantón Cumandá .....	8
<b>Tabla 2.</b> Recintos de la zona rural del Cantón Cumandá .....	8
<b>Tabla 3.</b> Principales Asociaciones del Cantón Cumandá .....	9
<b>Tabla 4:</b> Tabla cruzada para la comprobación de la hipótesis .....	41
<b>Tabla 5:</b> Tabla de frecuencias esperadas .....	42
<b>Tabla 6:</b> Tabla de Chi cuadrado $X^2$ .....	42
<b>Tabla 7:</b> Análisis interno .....	45
<b>Tabla 8:</b> Análisis Externo .....	45
<b>Tabla 9:</b> Objetivos y estrategias de Gerencia .....	46
<b>Tabla 10:</b> Objetivos y Estrategias de Marketing.....	46
<b>Tabla 11:</b> Objetivos y Estrategias Financiero.....	46
<b>Tabla 12:</b> Objetivos y Estrategias de la Contabilidad .....	47
<b>Tabla 13:</b> Objetivos y Estrategias de Investigación y desarrollo.....	47

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro N° 1:</b> Género del encuestado .....	23
<b>Cuadro N° 2:</b> Edad del encuestado .....	24
<b>Cuadro N° 3:</b> Usted es oriundo del Cantón Cumandá .....	25
<b>Cuadro N° 4:</b> Nivel de escolaridad .....	26
<b>Cuadro N° 5:</b> Actividad Económica.....	27
<b>Cuadro N° 6:</b> Zona .....	28
<b>Cuadro N° 7:</b> Permanencia en el mercado.....	29
<b>Cuadro N° 8:</b> Desarrollo Comercial del Cantón .....	30
<b>Cuadro N° 9:</b> Emprendimientos que no superan el primer año de vida .....	31
<b>Cuadro N° 10:</b> Factores por lo que los emprendimientos permanecen poco tiempo en el mercado .....	32
<b>Cuadro N° 11:</b> Perspectiva futuras para su emprendimiento.....	33
<b>Cuadro N° 12:</b> Asociaciones creadas .....	34
<b>Cuadro N° 13:</b> Formar parte de una asociación.....	35
<b>Cuadro N° 14:</b> Regularización de precios .....	36

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1:</b> Género del encuestado.....	23
<b>Gráfico 2:</b> Edad del encuestado .....	24
<b>Gráfico 3:</b> Usted es oriundo del Cantón Cumandá .....	25
<b>Gráfico 4:</b> Nivel de escolaridad .....	26
<b>Gráfico 5:</b> Actividad Económica .....	27
<b>Gráfico 6:</b> Zona.....	28
<b>Gráfico 7:</b> Permanencia en el mercado .....	29
<b>Gráfico 8:</b> Desarrollo Económico del Cantón .....	30
<b>Gráfico 9:</b> Emprendimientos que no superan el año de vida.....	31
<b>Gráfico 10:</b> Factores por lo que los emprendimientos permanecen poco tiempo en el mercado .	32
<b>Gráfico 11:</b> Perspectivas futuras para su emprendimiento .....	33
<b>Gráfico 12:</b> Asociaciones creadas .....	34
<b>Gráfico 13:</b> Formar parte de una asociación.....	35
<b>Gráfico 14:</b> Regularización de precios .....	36
<b>Gráfico 15:</b> Gráfico Campana de Gauss.....	43
<b>Gráfico 16:</b> Modelo de planeación estratégica de Fred, D. ....	44

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Ubicación del Cantón Cumandá.....	7
--	---

## **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación titulado “La Asociatividad y Los Emprendimientos en el Cantón Cumandá, provincia de Chimborazo período 2018” tiene como objetivo identificar cómo la asociatividad influye en los emprendimientos, es por esta razón que se realizó la recolección de datos para analizar la información y establecer una solución a la problemática. El método de investigación utilizado es el hipotético-deductivo, la investigación es de tipo; descriptiva porque describe la realidad de una situación, documental debido a que se recurrió a informes para la obtención de información y de campo ya que se realizó las encuestas a los representantes de los emprendimientos del Cantón Cumandá. La población estuvo conformada por los 605 emprendimientos, que al realizar el cálculo de la muestra se obtuvo como resultado 236 personas encuestadas. Los resultados obtenidos mediante el análisis de la información de los datos recolectados se identificó que la asociatividad influye en los emprendimientos, por lo que se ha propuesto un modelo de planeación estratégica para mejorar el proceso de asociatividad de las diferentes asociaciones ya establecidas y que sea utilizada como base para las nuevas que se vayan a crear.

## **PALABRAS CLAVES**

Asociatividad, emprendimientos, cooperación, beneficios, estratégico, factores, productividad.

## ABSTRACT

The present research entitled "The Associativity and the Entrepreneurships in the Cumandá Canton, province of Chimborazo period 2018." Its main objective is to identify how associativity influences the enterprises; it is for this reason that data collection was carried out to analyze the information and establish a solution to the problem. The research method used is the hypothetical-deductive; the research is descriptive type; because it describes the reality of a situation, documentary because it gets reports to obtain information, and the field it gets surveys to carry out on the representatives' entrepreneurships of the Cumandá Canton. The population was settled by the 605 entrepreneurships, calculating the sample resulted in 236 people surveyed. The results obtained by analyzing the information of the collected data were identified that the association influences the entrepreneurships, so a strategic planning model has been proposed to improve the associativity process of the different and established organizations as a basis for the new ones that are going to be created.

**keywords:** Associativity, entrepreneurships, cooperation, benefits, strategies, factors, productivity.



Reviewed by: Romero, Hugo  
Language Skills Teacher.

## 1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad en el Ecuador se desarrolla una tendencia a la formación de emprendimientos asociativos que pertenecen principalmente a los sectores; textil, artesanal, pesquero, agrícola, apícola, lácteos, cárnicos, alimentos procesados, servicios complementarios, entre otros. En el país durante el año 2017 alrededor de 3 millones de adultos entre 18 y 64 años de edad iniciaron una nueva actividad económica logrando así en el año 2018 posicionarse como líder en la región en el índice de Actividad Emprendedora Temprana, según la medición que realiza la Escuela de Negocios de la Espol para el Global Entrepreneurship Monitor, que mide el emprendimiento en 66 países que representan el 69,2% de la población mundial (GEM, 2017).

La asociatividad es una acción que permite la cooperatividad, permitiendo mejorar los niveles de competitividad de las empresas, la reducción de costos y un intercambio continuo de conocimientos lo que favorecen buenos resultados, además se encamina para afrontar nuevos retos y exigencias de los mercados nacionales, teniendo en cuenta que existen distintas modalidades de cooperación entre las empresas que generan beneficios, aunque la desconfianza es el principal factor para que muchos emprendimientos se asocien.

La presente investigación se encamina a identificar como la asociatividad influye en los emprendimientos en el cantón Cumandá, provincia de Chimborazo. El cantón cuenta en el área urbana con cinco barrios distribuidos paulatinamente que pertenecen a la cabecera cantonal y cincuenta y ocho recintos que pertenecen al sector rural, por lo que puedo decir que en cada uno de ellos al menos existen siete emprendimientos y pymes, en los que destacan el sector agropecuario, comercial y turístico.

## **2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Para Latinoamérica y para las Pymes la asociatividad representa una ventaja importante como forma de aglomeración frente a retos de productividad y competitividad. La asociatividad expresada en la conformación de redes de negocios o clúster localizados en una industria es de vital importancia en el panorama empresarial, por la necesidad que tienen las empresas de competir en mercados nacionales e internacionales con empresas de otras regiones en vías de desarrollo, las cuales ya están organizadas y son altamente competitivas como es el caso de India, País Vasco, algunas zonas de Argentina, Chile, Brasil y México (Castellano, 2016).

En el cantón Cumandá la mayoría de asociaciones existentes pertenecen al sector agropecuario y turístico. Entendiéndose al sector agropecuario responsable de la obtención de recursos naturales para la producción de bienes de consumo y materias primas, y al sector turístico, aquel que engloba a los hoteles, hosterías, servicios de alimentación, transporte turístico u otras actividades relacionadas. Existe gran cantidad de emprendimientos que tienen un tiempo corto de permanencia en el mercado que aún no se encuentran asociados siendo las principales causas las siguientes: la falta de planeación debido a que no realizan proyecciones financieras, la falta de cultura empresarial cuando inician sus actividades sin plantear su filosofía, la falta de análisis estratégico, tienen una mala administración, la falta de previsión financiera, no poseen liderazgo y porque no realizan controles del personal, del efectivo, de los gastos, del inventario, de la producción, etc. Lo que ocasiona resultados negativos en el negocio.

Por esta razón la siguiente investigación se desarrolló con el objetivo de identificar cómo la asociatividad influye en los emprendimientos del cantón Cumandá, provincia de Chimborazo periodo 2018. Debido a la problemática existente en el sector. En base a esta investigación se plantearon soluciones dirigidas a mejorar los modelos estratégicos para fortalecer la asociatividad de los diferentes emprendimientos nuevos y los ya existentes. De esta manera se pueda incrementar la formación de asociaciones, mejorar la productividad del cantón y la calidad de vida de las personas.

## **2.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo la Asociatividad influye en los emprendimientos del Cantón Cumandá, provincia de Chimborazo en el periodo 2018?

## **3. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA**

El Cantón Cumandá debido a la ubicación geográfica donde se encuentra, es apto para desarrollar diferentes actividades como es la agricultura, ganadería, comercio, etc. La gran mayoría de emprendimientos se desarrollan en el área urbana del cantón, debido a que se encuentra en la vía principal que une a la región Costa con la región Sierra por lo que es visitado frecuentemente por turistas que contribuyen al desarrollo económico.

La asociatividad es cooperación entre todos es decir permite a cada emprendedor tener un poder de negociación mayor frente a otros negocios, accede establecer estrategias en las cuales involucran a cada uno de los participantes y ventajas competitivas individuales y colectivas. Un emprendimiento permanecerá en el mercado por un tiempo indefinido al formar parte de una asociación.

La presente investigación atiende a minimizar el impacto negativo que tienen los emprendimientos al no formar parte de una asociación, principalmente por el tiempo corto que permanecen en el mercado debido a distintos factores. Teniendo en cuenta que la asociatividad les permitirá obtener beneficios para cada uno de los emprendimientos como: minimización de costos y regularización de precios además que contribuirá al desarrollo económico del cantón.

Esta investigación será beneficiosa para los propietarios de los emprendimientos, determinando un modelo estratégico que permita la formación de asociaciones, así como el fortalecimiento de las mismas. Logrando que se incrementen los emprendimientos en el Cantón, y de esa manera puedan ofertar productos de calidad y puedan diversificar su producción, promoviendo además empleos que beneficien a la población.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1. Objetivo General**

**4.1.1.** Identificar cómo la asociatividad influye en los emprendimientos del cantón Cumandá, provincia de Chimborazo periodo 2018.

### **4.2. Objetivos Específicos**

**4.2.1.** Identificar cuáles son los factores limitantes que no permiten que los emprendimientos puedan asociarse en el Cantón Cumandá, provincia de Chimborazo.

**4.2.2.** Diagnosticar de qué manera afecta la carencia de asociatividad en los emprendimientos del cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo, período 2018 mediante encuestas a los representantes, que me permita definir si los efectos han sido positivos o negativos.

**4.2.3.** Proponer un modelo estratégico para fortalecer la asociatividad de los emprendimientos en el cantón Cumandá, provincia de Chimborazo.

## **5. HIPÓTESIS**

### **5.1. Hipótesis General**

La Asociatividad influye en los emprendimientos del Cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo periodo 2018.

## **6. ESTADO DEL ARTE**

### **6.1. ANTECEDENTES**

La presente investigación está fundamentada de acuerdo con los siguientes proyectos de investigación:

La asociatividad es considerada como un mecanismo mediante el cual las empresas se unen voluntades, iniciativas y recursos para conseguir un objetivo en común; al respecto Alemán y Zambrano (2017) afirman que todas las empresas están de acuerdo con la asociatividad teniendo en cuenta que no todas las empresas tienen claro el significado de asociarse, algunas empresas aún tienen esa desconfianza de asociarse con otras empresas del mismo sector industrial por falta de conocimientos o capacitaciones, y a través de la investigación determinaron que algunas de ellas temen que haya conflictos, desacuerdos, corrupción al momento de formar un asociación, además tienen el miedo de que al unirse sea algo inestable y pueda ocasionar pérdidas en su negocio, a pesar de ciertas inseguridades pero ya conociendo algo sobre la asociatividad la mayoría de las empresas desean tomar la decisión de asociarse porque existen beneficios favorables en temas distintos.

Por otra parte, el proyecto de investigación “Propuesta de implementación del proceso de asociatividad para emprendimientos de en turismo de aventura, en el cantón Quijos, provincia de Napo”, realizado por Vallejo (2016) alega que los modelos de asociatividad clúster se basan en la teoría de acción colectiva que han potenciado la innovación y con ello han potenciado la innovación y así han adquirido mayor poder de negociación en los mercado, así como han facilitado el desarrollo de los emprendimientos no solo en el sector turístico sino en diferentes sectores, es por ello que ha establecido este modelo como el más factible para ser implementado en la asociación, ya que el 90% de la población encuestada del cantón Quijos muestra interés en conformar la asociatividad debido a que se han identificado como la clave para formar un equipo de trabajo colectivo que permitirá tomar decisiones, definir objetivos y resolver problemas conjuntamente.

El proyecto de investigación titulado “La Asociatividad como estrategia para mejorar la competitividad de las empresas agroindustriales del cantón Riobamba periodo 2016-2017”, elaborado por Suquilandi (2019), tuvo como propósito identificar como la asociatividad mejora la competitividad de las empresas agroindustriales, por lo que determinó que al asociarse las empresas mejoran notablemente la productividad, pero existen limitantes que no permiten que los productores formen gremios como; la desconfianza inicial, la falta de compromiso y colaboración y las restricciones financieras, ya que no existen suficientes facilidades para acceder a créditos que permitan reinvertir en su patrimonio y mejorar sus ingresos. Además en las asociaciones existentes se identificó que al asociarse la rentabilidad, su cuota de mercado y la relación con los clientes han mejorado paulatinamente, ya que han utilizado un modelo de asociatividad basado en estrategias competitivas que permiten la creación de valor para incrementar la competitividad.

En cuanto a la incidencia de la participación en el sostenimiento de emprendimientos asociativos los autores Escobar y Puetate (2018), establecen que las asociaciones surgen del involucramiento de los participantes, quienes comparten problemas, necesidades e historias similares que los conmueve y forman la auto-organización, recalcan que es importante la presencia de líderes en la asociación, quienes se encargan de establecer principios democráticos y solidarios que fortalecen la participación de sus asociados. Además señalan que los emprendimientos asociativos propician escenarios populares de organización en los que debido a las desigualdades sociales existentes con respecto al rol de las mujeres ha provocado el movimiento y organización que las distinguen del resto de emprendimientos habientes en el mercado, propiciando así valores como el respeto, la honestidad, la reciprocidad y sobre todo la cooperación, lo que repercute positivamente en el progreso de las comunidades donde surgen dichas iniciativas.

## **6.2. FUNDAMENTO TEÓRICO**

### **6.2.1. UNIDAD I**

#### **6.2.1.1. GENERALIDADES DEL CANTÓN CUMANDÁ**

##### **6.2.1.1.1. Ubicación**

**Figura 1.** *Ubicación del Cantón Cumandá*



**Fuente:** Google maps (2019)

El Cantón Cumandá se encuentra ubicado al sur oeste de la provincia de Chimborazo, a 2,45 horas de la Ciudad de Riobamba. La cabecera cantonal Cumandá, está situada a orillas del río Chimbo, que la separa del vecino centro poblado Bucay perteneciente a la provincia de Guayas. Tiene una extensión de 158,7 km<sup>2</sup> con una población aproximada de 12.900 habitantes. Además se sitúa en una altitud que varía de 300 hasta 1900 msnm aproximadamente, esta situación permite que sea una de las zonas con mayor biodiversidad de la provincia y del país. Está ubicada en el subtrópico, por lo que su clima tiene una temperatura promedio de 20° C. (Prefectura de Chimborazo, 2016)

#### **6.2.1.1.2. Organización territorial**

El cantón Cumandá está conformado por el área urbana y el área rural. En el área urbana cantonal las organizaciones de base más importantes son los comités barriales existente en cada uno de los 18 barrios existentes, a continuación se detallan los cinco barrios principales:

**Tabla 1. Barrios del área Urbana del Cantón Cumandá**

<b>BARRIOS</b>
<b>Barrio Central</b>
<b>Planta baja</b>
<b>La Dolorosa</b>
<b>Los Artesanos – Primavera</b>
<b>La Marina</b>

**Fuente:** (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Cumandá, 2014, pág. 110)  
**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

En la zona rural se han constituido y en la mayor parte se mantienen activos los Comité pro Mejoras en cada uno de los 58 recintos. A continuación se mencionan los diez principales recintos.

**Tabla 2. Recintos de la zona rural del Cantón Cumandá**

<b>RECINTOS</b>	
1.	Buenos aires
2.	Isla 87
3.	La Modelo
4.	La Victoria
5.	Rio Blanco
6.	Cascajal
7.	San Vicente
8.	Suncamal
9.	Chaiguayacu
10.	San Pablo

**Fuente:** (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Cumandá, 2014, pág. 111)  
**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

#### **6.2.1.1.2.1. Asociaciones**

En el Cantón Cumandá se encuentran establecidas 19 Asociaciones activas. A continuación se mencionan las 10 principales.

**Tabla 3. Principales Asociaciones del Cantón Cumandá**

N°	RECINTO	ASOCIACIONES
1.	Suncamal	Aso. Mujeres productivas de Suncamal
2.	Suncamal	Aso. Jóvenes emprendedores valle hermoso
3.	Cumandá	Corporación de productores agropecuarios unión y progreso
4.	Cascajal	Aso. Nueva vida
5.	Buenos Aires	Aso. Divino Niño
6.	Cumandá	Aso. De jóvenes emprendedores “a emprender”
7.	Cumandá	Asociación de ganaderos del Cantón Cumandá
8.	San Vicente	Corporación de productores agropecuarios San Vicente
9.	Los laureles	Aprocal
10.	Cumandá	Asociación de comerciantes del mercado municipal y la Bahía

**Fuente:** (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Cumandá, 2014, pág. 112)

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

## **6.2.2. UNIDAD II**

### **6.2.2.1. LA ASOCIATIVIDAD**

#### **6.2.2.1.1. La Asociatividad y su definición**

Las condiciones actuales de mercado implican que las empresas utilicen diversas estrategias para permanecer en el mercado. Según (Sánchez et al., 2014) afirman que:

La asociatividad es el esfuerzo conjunto de los participantes, la que se puede materializarse de distintas formas, desde la contratación de un agente de compras o vendedor pagado conjuntamente, hasta la formación de una empresa con personalidad jurídica y patrimonio propio que permita acceder a financiamiento con requisitos de garantías, o para la comercialización de productos (pág. 47).

La asociatividad expresa unión y cooperación entre individuos y organizaciones que se juntan voluntariamente con el fin de satisfacer sus necesidades y lograr un solo propósito, bajo la participación y el esfuerzo colectivo, teniendo como objetivo primordial que comprendan la importancia de permanecer juntos y mejorar su situación económica, mentalizándose que con esfuerzo y dedicación pueden comercializar sus productos o servicios con valor agregado a nivel nacional e internacional (MIES, 2019)

#### **6.2.2.1.2. Características**

Una distinción importante de la asociatividad es el alto grado de autonomía gerencial que mantienen los participantes después de adoptar la decisión, como emplear los recursos o beneficios obtenidos a partir de la asociatividad es de la incumbencia exclusiva de cada empresa, la cual debe responder ante el resto de participantes por la cuota parte de los esfuerzos que le corresponde. Entre las características según Ruiz (2015) señala las siguientes:

- Los directivos de las empresas no son obligados a compartir información que estimen confidencialidad para sus compañías, como es el caso de la cooperación compulsiva de las redes verticales, o las exigencias de las alianzas estratégicas.
- Tiene un carácter amplio de actividades de cooperación que puede abarcar y establecer múltiples propósitos desde el financiamiento hasta la investigación conjunta de determinado problema.
- No hay limitación del ámbito de la cooperación en la asociatividad como si lo hay tanto en las redes verticales como en las horizontales.
- En la asociatividad hay restricciones para la participación en cuanto al tipo de actividad que desempeñe la empresa participante.
- Constituye un mecanismo de agregación de intereses exclusivo para las pequeñas y medianas empresas, las grandes empresas apelan a la cooperación a través de alianzas estratégicas y aun cuando una misma empresa pueda mantener alianzas estratégicas siempre y cuando tengan un acuerdo específico (Ruiz, 2015).

### 6.2.2.1.3. Formas de Asociatividad

La asociatividad se la define como una forma de organización que permite que los artesanos puedan lograr aumentar su productividad, es decir mientras en menor tiempo se incrementen las unidades producidas, los costos serán bajos y se podrán optimizar los recursos. La (OIT, 2016) establece diferentes formas de asociarnos que se detallan a continuación:

- **La Asociación:** Es una forma de organización, en la cual es importante que exista confianza mutua entre los socios y se respete los derechos u obligaciones. Además esto permite que adquieran insumos, equipos y herramientas a precios más bajos por el volumen de compra que realicen, accedan a nuevos mercados, mejorar la calidad del producto y sobre todo reducir los costos de producción.
- **El consorcio:** Es una modalidad asociativa ideal para los negocios, pueden asociarse personal naturales o jurídicas y aprovechar la oportunidad para hacer negocios conjuntos, existen dos formas de consorcios: los horizontales que son alianzas estratégicas de organizaciones o personas dentro de varios eslabones de una cadena de valor sin renunciar a sus objetos individuales y los verticales son alianzas de organizaciones o personas de eslabones distintos donde una es el cliente y otros proveedores garantizando la calidad del producto.
- **La cooperativa:** Es una asociación autónoma de personas unidas voluntariamente para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales en común a través de una empresa de propiedad conjunta, y de gestión democrática. Las personas forman cooperativas con el propósito de adquirir materia prima, producir en mayor volumen y con calidad y sobre todo vender sus productos en diferentes mercados (OIT, 2016).

### 6.2.2.1.4. El Sector asociativo

El sector asociativo es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnologías, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente ley (LOEPS, 2018).

El sector asociativo es una nueva oferta para establecer a un espacio de relaciones, procesos, sistemas y estructuras sociales, enmarcando por una cadena de conceptos propios que lo definen y lo caracterizan en sus construcciones practica en la vida social. Además plantea la necesidad de entender al otro como un interlocutor justificado, cuyas pretensiones pueden ser negociadas, yendo más allá de un reconocimiento jurídico formal y sin limitaciones preexistentes al dialogo, es decir a través de estructuras jerárquicas en las tomas de decisiones y en el uso de los espacios y los beneficios propios de la organización (Alvizú, 2014, págs. 8-10).

#### **6.2.2.1.4.1. Ventajas del sector asociativo**

Las empresas al organizarse y asociarse voluntaria y permanentemente, permite compartir esfuerzos y conocimientos para conseguir un objetivo en común entre todos sus miembros, por lo que (BanEcuador, 2016) en su módulo 5 del programa de educación financiera manifiesta las siguientes ventajas:

- Intercambiar ideas y criterios entre sí, poner en práctica la ayuda mutua entre sus socios.
- Mantener una relación donde estén al mismo nivel de compromiso e involucramiento.
- Adquirir insumos y materias primas en forma conjunta, obteniendo mejores condiciones al hacerlo en altos volúmenes.
- Trabajar en conjunto para usar mejor los recursos para la producción, tener mejores rendimientos, y con ello mejores ingresos para las familias.
- Acceder a nuevos y mejores mercados, con mayor cantidad de productos o servicios, eliminando intermediarios y agregando valor agregado.
- Pensar en proyectos más grandes, que tengan mayores beneficios para todos.
- Obtener financiamiento por montos mayores, accediendo a créditos asociativos.
- Integrarse en mejores condiciones a cadenas productivas.
- Acceder más fácilmente a programas de capacitaciones y de asistencia técnica.
- Mejorar, estandarizar y mantener la calidad de los productos o servicios ofrecidos (pág., 8-9).

#### **6.2.2.1.4.2. Restricciones**

La asociatividad implica cambiar los comportamientos de los participantes de los participantes, y las pautas de funcionamiento que están radicadas, y poner en marcha un proceso de creación de nuevas capacidades competitivas en un sentido estratégico. Según (Abalo, 2016) establece las siguientes:

- La falta de cultura de cooperación entre empresas, es decir que no existe entre los participantes una clara vocación de cooperación, sino más bien, un grado de desconfianza.
- La inexistencia de un entorno institucional que estimule y soporte a la existencia de mecanismo de cooperación.
- La confusión del término con otros tipos de estrategias individuales y colectivas, es decir que dentro del grupo no está definidas las reglas de la asociatividad, ni el tipo de cooperación que se propone.
- La falta de la difusión de las experiencias positivas, que sirvan como modelo a seguir por los grupos asociativos.
- La falta de un grupo de gerencia profesional que mantenga la cohesión entre los grupos asociativos y los ayude a lograr los objetivos propuestos por el grupo de la manera más eficiente.
- Los intereses no están alineados, es decir, que no existen intereses o proyectos comunes dentro del grupo asociativo.
- No existe el suficiente clima de confianza y comunicación (Abalo, 2016).

#### **6.2.2.1.5. Asociatividad como estrategia del comercio justo**

##### **6.2.2.1.5.1. Comercio Justo**

El comercio justo hace referencia a un movimiento social global que promueve otro tipo de comercio, uno basado en el dialogo, la transparencia, el respeto y la equidad. Además contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores desfavorecidos. Las distintas organizaciones de comercio justo están comprometidas en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio convencional (WFTO, 2018).

#### **6.2.2.1.5.2. Beneficios del Comercio Justo**

El comercio justo permite a los pequeños productores fortalecer sus capacidades organizacionales, productivas, comerciales y financieras mediante un mercado y precio seguro, sin depender de las fluctuaciones económicas y principalmente de los intermediarios. El principal beneficio para los consumidores es que adquieran un producto de alta calidad, ingredientes saludables, con certificación orgánica. Y para los productores obtener mayores ingresos al comercializar sus productos de forma directa (Palagi, 2017).

#### **6.2.2.1.6. Asociatividad y el comercio justo**

La relación de la asociatividad y el comercio justo va desde la producción hasta la venta y su misión es permitir que los productores de pequeña escala mejoren su estilo de vida y el de sus comunidades. En los últimos años la WFTO (Organización Mundial del Comercio Justo) se ha definido como meta; el fortalecimiento de la asociatividad y trabajo en red a través de plataformas de comercio justo, el desarrollo de nuevos y alternativos productos, la diversificación y acceso a mercados, la especialización de capacidades de productores, la utilización eficiente de los recursos, la implementación de relaciones transparentes y responsables que faciliten un comercio con justicia en el ámbito local, nacional e internacional (Marcillo, 2016, pág.26).

### **6.2.3. UNIDAD III**

#### **6.2.3.1. LOS EMPRENDIMIENTOS**

##### **6.2.3.1.1. Concepto de Emprendedor**

Es la persona que identifica una oportunidad de negocio, de un producto o servicio, o simplemente empieza un proyecto por su propio entusiasmo, las características de un emprendedor se encuentran; la capacidad organizativa, el ser analítico, entusiasta, innovador, optimista, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento. Dentro de las variables que debe considerar un emprendedor antes de iniciar un proyecto son; analizar el entorno y la viabilidad del proyecto, así como los recursos financieros y la elección de socios adecuados, si formasen una asociación (Prieto, 2014).

El emprendedor es una persona que inicia un negocio con una idea propia o ajena, capaz de crear una oportunidad de negocio, bajo la modalidad de empresa, también conocida como startup, por lo que supone el inicio de algo novedoso, asumiendo en muchas ocasiones un riesgo financiero, el perfil que debe tener este tipo de personas incluye rasgos como: total confianza en la idea, capacidad de convicción, búsqueda clara de resultados, dedicación intensiva y gran capacidad para vender la idea (Roca, 2016).

El emprendedor es considerado como una persona que tiene creatividad, definido como una característica de la personalidad, sino que también puede ser vista como un proceso, un producto, incluso como un proceso o como una construcción social, la cual significa que quien realice dicha actividad debe tener un valor para alguien diferente de la persona creativa, quien a su vez debe poseer los conocimientos necesarios para darle sostenibilidad a la idea de negocio (Herrera, C. & Montoya, L. 2013, pág. 19).

#### **6.2.3.1.2. Concepto de Emprendimiento**

El emprendimiento es una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de una empresa que genere recursos económicos, es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades de negocio, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad. Además debe incluir la creación de valor sostenible desde el punto de vista económico hasta la capacidad de generar nuevas oportunidades para otros (Schnarch, 2014, pág.42).

El emprendimiento empresarial es un proceso basado en la iniciativa de un individuo o grupo de ellos, con el propósito de llevar a cabo un proyecto de negocio generador de ingresos, está asociada a la actividad emprendedora y al crecimiento económico, principalmente tiene como prioridad transformar una idea en una iniciativa rentable, además la naturaleza de la relación se basa en el conocimiento como factor determinante, ya que se atribuye al emprendedor la capacidad de transformarlo en conocimiento con valor económico, convirtiéndolo en engranaje indispensable en la economía moderna (Jaime, 2017, pág. 55).

#### **6.2.3.1.3. Cultura del emprendimiento**

La cultura del emprendimiento es una manera de pensar y actuar, orientada hacia la creación de riqueza, a través del aprovechamiento de oportunidades, del desarrollo de una visión global y de un liderazgo equilibrado, de la gestión de un riesgo calculado, cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a los emprendedores, la empresa, la economía y la sociedad, además es lo que permite a una sociedad progresar económicamente y en otros aspectos, pues lleva a sus individuos a intentar nuevos retos y proyectos, también conlleva un proceso de estrategias encaminadas a la creación de planes productivos dirigidos a sectores estratégicos (Aguirre, 2017).

#### **6.2.3.1.4. Características de los emprendimientos**

En todo proceso de emprendimiento es indispensable tener en cuenta ciertos aspectos que van a permitir poner en marcha la idea de negocio y sobre todo que tenga permanencia en el mercado. Según (Hilarlón, 2014) establece los siguientes factores de éxito en procesos de emprendimiento:

- Conocer las características personales del emprendedor. Personas independientes, amantes de la aventura, persistentes y sin miedo a trabajar fuerte.
- Tener conocimiento y acceso a experiencias de otros emprendedores.
- Disponer de un producto o servicio con una demanda fuerte, es decir, con gran cantidad de clientes interesados en adquirir el producto o servicio.
- Disponer de un plan del negocio. Un plan escrito, como una carta de navegación que guíe tu negocio para llegar al mercado y saber mantenerte en él.
- Disponer de recursos suficientes, no solo para abrir, sino para introducir tu producto y mantenerte en el mercado (pág. 5).

#### **6.2.3.1.5. Tipos de emprendimientos**

El emprendimiento es la capacidad de diseñar una idea a través de la identificación de una oportunidad, por lo que existen diferentes tipos de emprendimiento cada uno de ellos con sus respectivas características. Según (Prieto, 2014) manifiestas los siguientes:

- **Empresarial o de negocios con fines de lucro:** tienen por objetivo crear valor económico, ya que se ha enfatizando la necesidad de crear empresas que no estén orientadas únicamente a satisfacer intereses económicos, sino que a la vez, sus actividades sean responsables con la comunidad. A nivel nacional e internacional existen diferentes instituciones y programas que promueven la creación de empresas.
- **Social:** implementación de proyectos que generan valor social y, en el caso de los negocios sociales, también brindan valor económico a sus inversionistas o dueños.
- **Cultural:** puesta en marcha de ideas de negocio vinculadas con la creación artística o difusión de la cultura y las artes.
- **Intraemprendimiento:** incentivar y llevar a cabo un nuevo proceso, estrategia, actividad o proyecto dentro de una organización existente, con el fin de incrementar su ventaja competitiva (pág. 185-186).

### 6.2.3.2. Mipymes

Se conoce como Mipymes, a los micros, pequeñas y medianas empresas cuya naturaleza se determina por su orden jurídico (sociedades) o no jurídico (persona natural), volumen de ventas, capital social, número de trabajadores y su nivel de activos. Cabe destacar que las Mipymes se encuentran inmersas en todas las actividades productivas de la economía, tales como el comercio al por mayor y al por menor, agricultura, silvicultura y pesca, industrias manufactureras, construcción, transporte, almacenamiento y comunicaciones, bienes muebles, alimentación y hospedaje, entre otros (INEN, 2016).

#### 6.2.3.2.1. Características

Las Mipymes son empresas cuya principal característica es su composición familiar y está orientada a la venta de servicios como: alimentación, víveres, materiales de construcción, servicios informáticos, utilería, artículos de bazar, entre otros. Al ser empresas familiares el grado de preparación de los dueños es muy bajo en su gran mayoría, ya que las mismas se crean por necesidad, y no por una oportunidad de mercado, sus niveles de gestión son bastante bajos realizan sus actividades de forma empírica, por lo que normalmente tienen errores que les lleva a la quiebra del negocio (Lema, 2019).

#### 6.2.3.2.2. Tipos de Mipymes

Según el (INEN, 2016) establece diferentes tipos de Mipymes que se detallan a continuación:

- **Microempresa:** Aquellas unidades productivas que tiene entre 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales iguales o menores de cien mil (\$100.000,00) dólares de los Estados Unidos de América.
- **Pequeña empresa:** Es aquella unidad de producción que tiene de 10 a 49 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre cien mil uno (\$100.001,00) y un millón (\$1.000.000,00) de dólares.
- **Mediana empresa:** Cuya unidad de producción que tiene de 50 a 199 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre un millón uno (\$1.000.001,00) y cinco millones (\$5.000.000,00) de dólares (INEN, 2016).

### 7. METODOLOGÍA

La investigación es una actividad que tiene la finalidad de generar conocimiento, es decir la información que hemos adquirido sobre un tema. (Sampieri, Fernández & Baptista, 2014) Afirman que “La investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema” (p.4). Teniendo en cuenta que su aplicación implica buscar soluciones a los problemas puntuales, obtener datos e interpretar resultados, entre otros.

#### 7.1. Método de investigación

Se utilizó el siguiente método para la realización de la investigación.

##### 7.1.1. Método hipotético – deductivo

Para la presente investigación se aplicó el método hipotético - deductivo que según (Bernal, 2010) “Es un método que consiste en un procedimiento que parte de unas aseveraciones en calidad de hipótesis y busca refutar o falsear tales hipótesis, deduciendo de ellas conclusiones que deben confrontarse con los hechos” (pág. 60). Está compuesto por los siguientes pasos:

- **Planteamiento del Problema:** Mediante una investigación preliminar determinamos que los emprendimientos tienen un corto tiempo de permanencia en el mercado, por lo que no pueden formar parte de una asociación ya establecida o crear una nueva.
- **Formulación de la Hipótesis:** Con los datos recopilados se procedió a la constatación de la hipótesis para la posterior comprobación.
- **Deducciones de conclusiones:** Con los datos receptados se realizó la verificación de las consecuencias observables en caso de que la hipótesis sea verdadera.
- **La Contrastación:** Con la información obtenida se procedió a iniciar la prueba de una hipótesis, confrontándola con los hechos reales.

## 7.2. Tipo de investigación

La presente investigación se realizó en la Provincia de Chimborazo, Cantón Cumandá. La investigación es de tipo descriptiva, documental y de campo.

La investigación descriptiva es aquella que describe la realidad de situaciones que se pretenden analizar, consiste en plantear lo más importante de un hecho concreto. Además consiste en examinar las características del tema a investigar, definirlo y formular hipótesis, seleccionar la técnica para la recolección de datos y las fuentes a consultar (Universia, 2017).

- **Investigación Descriptiva:** Porque permitió registrar, analizar e interpretar la situación de las asociaciones conformadas por los emprendimientos en el cantón Cumandá, provincia de Chimborazo.

La investigación documental es un tipo de estudio de interrogantes que emplea documentos oficiales y personales como fuente de información, dichos documentos pueden ser de diversos tipos, ya sean impresos, electrónicos o gráficos (Martínez, 2008).

- **Documental:** Se empleó la investigación documental ya que se recurrió a la información obtenida mediante las principales fuentes de información como: libros, revistas, informes, documentos fílmicos, diapositivas, sitios web que me permitieron fundamentar las respectivas variables como es la asociatividad y los emprendimientos.

La investigación de campo es la recopilación de datos nuevos de fuentes primarias para un propósito específico, es decir es un método cualitativo de recolección de datos encaminado a comprender, observar e interactuar con las personas en su entorno natural (QuestionPro, 2018).

- **De campo:** Este tipo de investigación permitió la recolección de datos directamente de cada emprendimiento situado en el Cantón Cumandá, cuya información fue necesaria para identificar cómo influyen las asociaciones en los emprendimientos.

### **7.3. Diseño de la investigación**

Según (Sampieri, Fernández & Baptista, 2014), “La investigación no experimental son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (pág. 152). Es decir no se genera ninguna situación.

El diseño de la presente investigación es **no experimental**, ya que las variables que intervienen en la investigación no son manipuladas, es decir que el problema es estudiado como esta en contexto.

### **7.4. POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **7.4.1. Población**

Para la presente investigación se tomó como población al número total de emprendimientos correspondientes al Cantón Cumandá, provincia de Chimborazo periodo 2018.

En el cantón Cumandá en el año 2018 se identificaron 605 emprendimientos establecidos, divididos entre los diferentes sectores como: Agricultura, Ganadería, Pesca, Comercio al por mayor y menor, actividades de alojamiento y alimentación, entretenimiento y recreación u otras.

### 7.4.2. Muestra

Según (Bernal, 2010) muestra es “La parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuaran la medición y la observación de las variables objeto d estudio” (pág. 161). Es decir es una parte pequeña que se considera representativa.

Para calcular la muestra se utilizó la siguiente formula:

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

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población =

z = Nivel de confianza = 0,95 = 1,96

p = Probabilidad a favor = 0,5 = 50%

e = Error estándar de estimación = 0,05 = 5%

$$n = \frac{z^2 p(1-p)N}{e^2 N + z^2 p(1-p)}$$
$$n = \frac{(1,96)^2(0,50)(1 - 0,50)(605)}{(0,05)^2(605) + (1,96)^2(0,50)(1 - 0,50)}$$
$$n = 236$$

## 7.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

### 7.5.1. Técnicas

- **Encuesta:** Se aplicó un cuestionario de preguntas cerradas con el propósito de adquirir información sobre los diferentes emprendimientos del Cantón Cumandá mediante los representantes de cada uno de ellos.

- **Entrevista:** Se aplicó a los representantes de las principales asociaciones y a las autoridades del Cantón Cumandá.

### **7.5.2. Instrumentos**

- Cuestionario
- Guía de entrevista

## **7.6. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

La técnica de procesamiento y análisis de datos se utilizó técnicas estadísticas y lógicas, para el procesamiento de datos se utilizó el software SPSS 25, mediante el cual se llegó a establecer cuadros y gráficos estadísticos.

## **8. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

### **8.1. Resultados y discusión**

#### **8.1.1. Resultados a la encuesta realizada a los emprendimientos**

El resultado de la investigación se realizó en base a la información recolectada a los representantes de los 236 emprendimientos del Cantón Cumandá que se obtuvieron mediante la muestra.

## PREGUNTAS

### 1. Género del encuestado

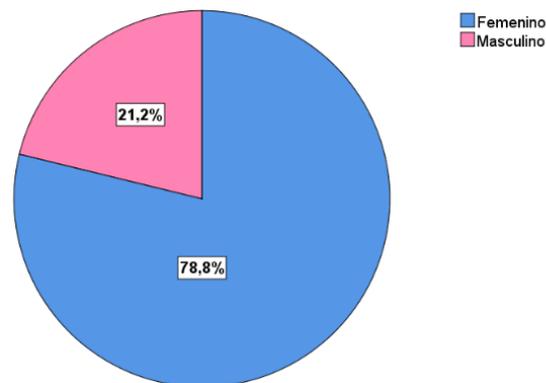
**Cuadro N° 1:** Género del encuestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	186	78,8	78,8	78,8
	Masculino	50	21,2	21,2	100,0
	Total	236	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

**Gráfico 1:** Género del encuestado



**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

### Análisis

Del 100% de las personas encuestadas, el 78,8% pertenecen al género femenino mientras que el 21,2% corresponden al género masculino.

### Interpretación

En base al análisis realizado, se determina que en un porcentaje mayor corresponde al género femenino debido a que la mayoría de emprendimientos son representados por mujeres, mientras que un porcentaje mínimo corresponde al género masculino quienes representan a los emprendimientos principalmente de servicios como son: mecánicas, talleres, lavadoras de autos, etc.

## 2. Edad

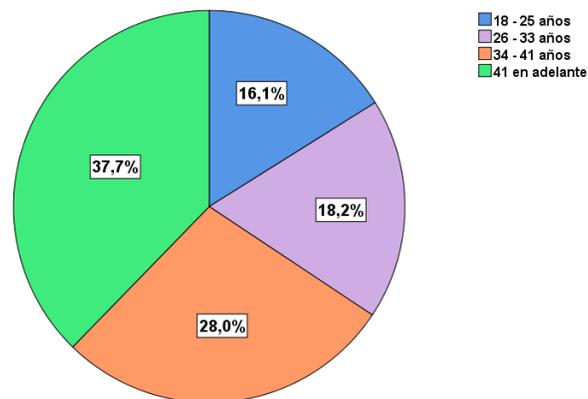
**Cuadro N° 2:** Edad del encuestado

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Válido</b>	18 - 25 años	38	16,1	16,1	16,1
	26 - 33 años	43	18,2	18,2	34,3
	34 - 41 años	66	28,0	28,0	62,3
	41 en adelante	89	37,7	37,7	100,0
	<b>Total</b>	<b>236</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

**Gráfico 2:** Edad del encuestado



**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

### **Análisis**

Del 100% de las personas encuestadas, el 37,7% se encuentran en la edad de 41 años en adelante, el 28% corresponden a las personas que tienen entre 34 y 41 años, el 18% pertenecen a las personas entre 26 a 33 años y el 16% conciernen a las personas entre 18 y 25 años.

### **Interpretación**

Mediante la investigación realizada se identifica que en un porcentaje mayor se encuentran las personas de 41 años en adelante que dirigen los emprendimientos, mientras que en un porcentaje menor corresponden a los representantes de 18 a 25 años que están a cargo de la actividad económica.

### 3. ¿Usted es oriundo del Cantón Cumandá?

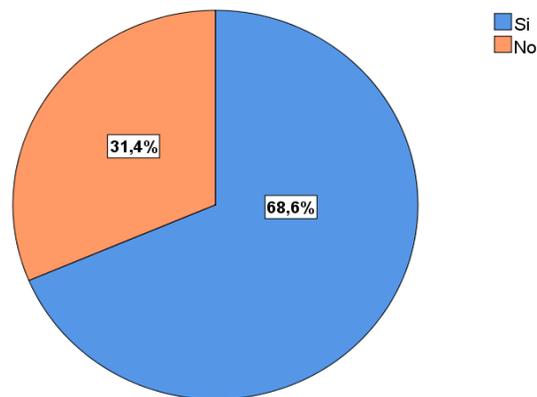
**Cuadro N° 3:** Usted es oriundo del Cantón Cumandá

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Válido</b>	Si	162	68,6	68,6	68,6
	No	74	31,4	31,4	100,0
	<b>Total</b>	<b>236</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

**Gráfico 3:** Usted es oriundo del Cantón Cumandá



**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

#### **Análisis**

Del 100% de las personas encuestadas, el 68,6% corresponde a las personas que son oriundas del Cantón Cumandá mientras que el 31,4% no son oriundos del Cantón Cumandá.

#### **Interpretación**

Mediante la investigación realizada se identificó que un porcentaje mayor son oriundos del Cantón Cumandá y en un porcentaje menor no son oriundos del cantón, es decir que se han establecido en el cantón con sus emprendimientos en los últimos años.

#### 4. ¿Cuál es el nivel de escolaridad que usted tiene?

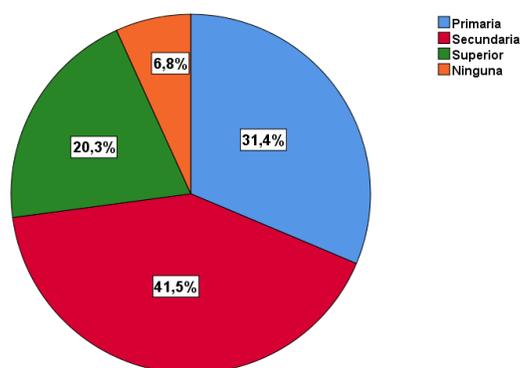
**Cuadro N° 4:** Nivel de escolaridad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	74	31,4	31,4	31,4
	Secundaria	98	41,5	41,5	72,9
	Superior	48	20,3	20,3	93,2
	Ninguna	16	6,8	6,8	100,0
	<b>Total</b>	<b>236</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

**Gráfico 4:** Nivel de escolaridad



**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

#### **Análisis**

Del total de las personas encuestadas con respecto al nivel de escolaridad, el 41,5% tienen educación secundaria, el 31,4% tienen educación primaria, el 20,3% tienen educación superior y el 6,8% no han culminado la primaria.

#### **Interpretación**

El nivel de escolaridad es importante por lo que se ha identificado que en un porcentaje mayor han culminado el bachillerato mientras que en un mínimo porcentaje no han culminado la primaria por lo que se ha considerado que no tienen educación completa.

5. ¿A qué sector considera usted que pertenece su actividad económica?

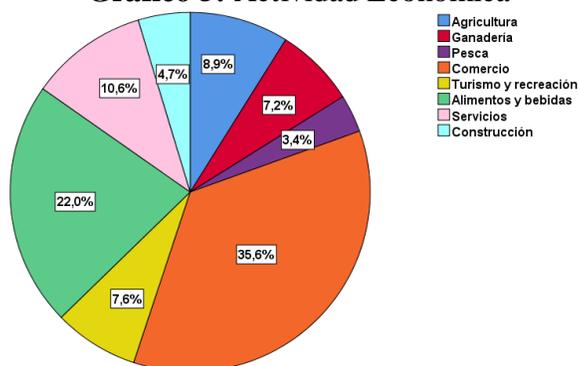
**Cuadro N° 5:** Actividad Económica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Agricultura	21	8,9	8,9	8,9
	Ganadería	17	7,2	7,2	16,1
	Pesca	8	3,4	3,4	19,5
	Comercio	84	35,6	35,6	55,1
	Turismo y recreación	18	7,6	7,6	62,7
	Alimentos y bebidas	52	22,0	22,0	84,7
	Servicios	25	10,6	10,6	95,3
	Construcción	11	4,7	4,7	100,0
	<b>Total</b>	<b>236</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

**Gráfico 5:** Actividad Económica



**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

**Análisis**

Del 100% de las personas encuestadas, el 35,6% corresponden al sector comercio, el 22% al sector de alimentos y bebidas, el 10,6% a servicios, el 8,9% al sector de la agricultura, el 7,6% al sector de turismo y recreación, el 7,2% al sector de ganadería, 4,7% a construcción y el 3,4% al sector de la pesca.

**Interpretación**

En base a la investigación realizada se identificó que en un porcentaje mayor los emprendimientos corresponden al sector del comercio, es decir actividades que tienen que ver con la venta de ropa, artículos, víveres, mientras en un porcentaje menor corresponde al sector de la pesca, es decir actividades que tienen que ver con la crianza de tilapias u otros peces.

## 6. Zona

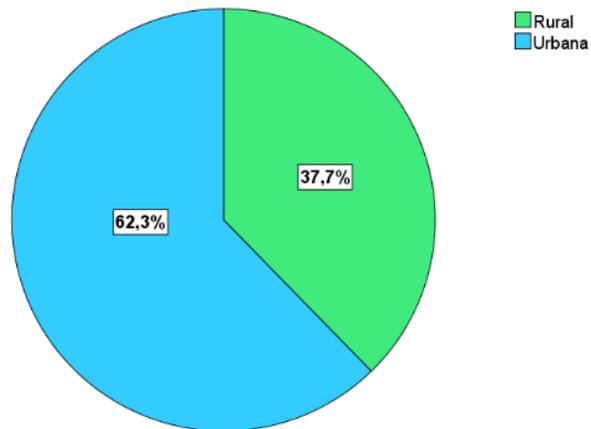
Cuadro N° 6: Zona

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Rural	89	37,7	37,7	37,7
	Urbana	147	62,3	62,3	100,0
	<b>Total</b>	<b>236</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

Gráfico 6: Zona



**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

### Análisis

Del 100% de las personas encuestadas, el 62,3% pertenecen a la zona urbana y el 37,7% corresponden a la zona rural.

### Interpretación

En base a la investigación realizada se identificó que la mayor cantidad de emprendimientos se encuentran en el área urbana del Cantón mientras que un porcentaje mínimo se encuentra en el área rural.

## 7. ¿Su emprendimiento que tiempo de permanencia tiene en el mercado?

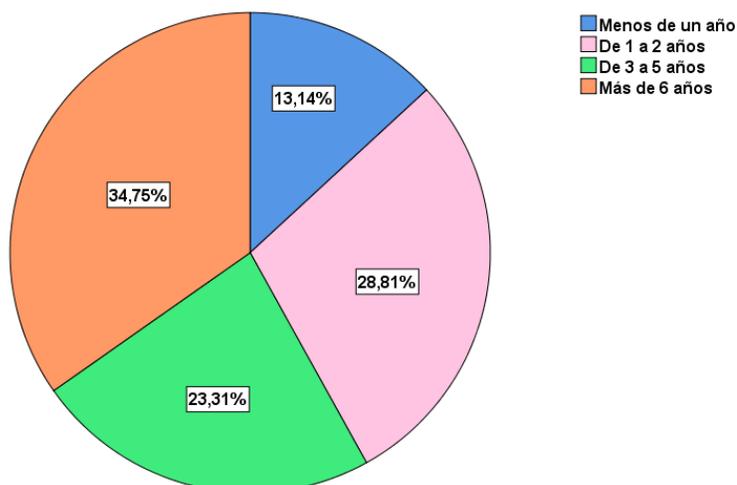
Cuadro N° 7: Permanencia en el mercado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de un año	31	13,1	13,1	13,1
	De 1 a 2 años	68	28,8	28,8	41,9
	De 3 a 5 años	55	23,3	23,3	65,3
	Más de 6 años	82	34,7	34,7	100,0
	<b>Total</b>	<b>236</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

Gráfico 7: Permanencia en el mercado



**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

### Análisis

Del total de personas encuestadas con respecto al tiempo que tiene su emprendimiento en el mercado, el 34,7% tienen más de 6 años, el 28,8% tienen de 1 a 2 años, el 23,3% tienen de 3 a 5 años y el 13,1% tienen menos de un año.

### Interpretación

Se identificó que en un porcentaje mayor los emprendimientos tienen más de 6 años en el mercado, mientras que un porcentaje mínimo son emprendimientos que recién están iniciando sus actividades, es decir llevan un corto tiempo en el mercado.

**8. ¿Considera usted que el Cantón Cumandá reúne las condiciones necesarias para el desarrollo comercial de sus habitantes?**

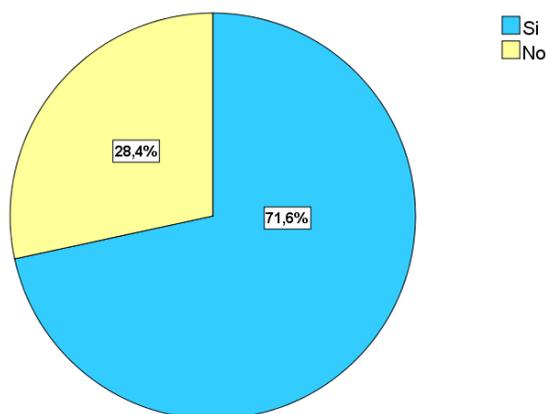
**Cuadro N° 8:** Desarrollo Comercial del Cantón

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	169	71,6	71,6	71,6
	No	67	28,4	28,4	100,0
	<b>Total</b>	<b>236</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

**Gráfico 8:** Desarrollo Económico del Cantón



**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

**Análisis**

Del 100% de personas encuestadas, el 71,6% consideran que el Cantón Cumandá si reúne las condiciones necesarias para el desarrollo comercial mientras que el 28,4% consideran que no.

**Interpretación**

En base a la investigación realizada se determinó que un porcentaje alto de los emprendimientos consideran que el Cantón si reúne las condiciones necesarias para el desarrollo comercial en cambio un porcentaje mínimo considera que no existen las condiciones suficientes para el desarrollo económico.

**9. Según su criterio ¿Considera usted que en el cantón Cumandá existen emprendimientos que no han logrado superar el primer año de vida?**

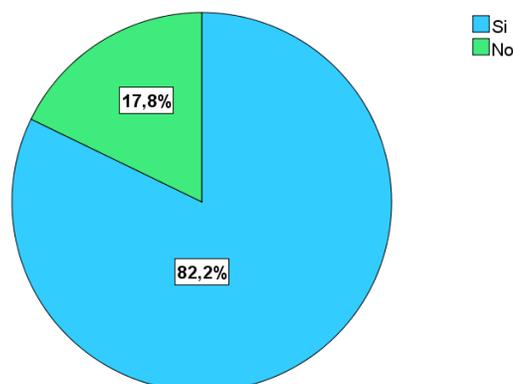
**Cuadro N° 9:** Emprendimientos que no superan el primer año de vida

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	194	82,2	82,2	82,2
	No	42	17,8	17,8	100,0
	<b>Total</b>	<b>236</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

**Gráfico 9:** Emprendimientos que no superan el año de vida



**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

**Análisis**

Según el criterio de los encuestados, el 82,2% consideran que en el Cantón Cumandá existen emprendimientos que no han superado el primer año de vida mientras que el 17,8% consideran que los emprendimientos si han superado ese tiempo en el mercado.

**Interpretación**

En el cantón Cumandá un porcentaje mayor de los encuestados consideran que si existen emprendimientos que no superar el primera año realizando sus actividades mientras que un porcentaje mínimo considera que si superan el primer año.

**10. Con respecto a la pregunta anterior según su criterio ¿Cuáles son los factores por los que algunos emprendimientos permanecen poco tiempo en el mercado?**

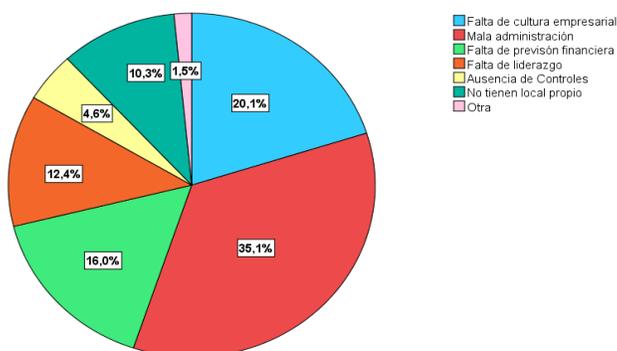
**Cuadro N° 10:** Factores por lo que los emprendimientos permanecen poco tiempo en el mercado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Falta de cultura empresarial	39	16,5	20,1	20,1
	Mala administración	68	28,8	35,1	55,2
	Falta de previsión financiera	31	13,1	16,0	71,1
	Falta de liderazgo	24	10,2	12,4	83,5
	Ausencia de Controles	9	3,8	4,6	88,1
	No tienen local propio	20	8,5	10,3	98,5
	Otra	3	1,3	1,5	100,0
	<b>Total</b>	<b>194</b>	<b>82,2</b>	<b>100,0</b>	
Perdidos	,00	42	17,8		
	<b>Total</b>	<b>236</b>	<b>100,0</b>		

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

**Gráfico 10:** Factores por lo que los emprendimientos permanecen poco tiempo en el mercado



**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

**Análisis**

Según el criterio de las personas encuestadas del 100%, el 35,1% considera que es por mala administración, el 20,1% por falta de cultura empresarial, el 16% por falta de previsión financiera, 12,4% por falta de liderazgo, el 10,3% porque no tienen local propio, el 4,6% por ausencia de controles y el 1,5% por otros factores como son el establecer sucursales de otros negocios.

**Interpretación**

Según el criterio de las personas encuestadas un porcentaje mayor considera que los emprendimientos no tienen sostenibilidad en el Cantón debido a la mala administración que llevan, mientras que en un porcentaje mínimo consideran que se debe a otros factores.

## 11. ¿Cuáles son las perspectivas futuras para el desarrollo de su emprendimiento?

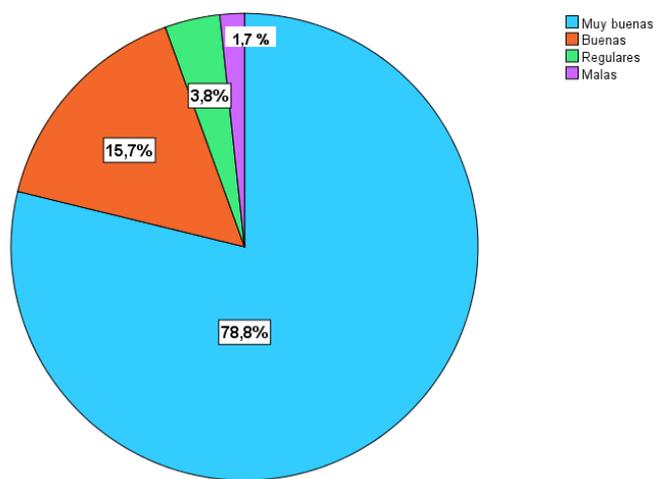
**Cuadro N° 11:** Perspectiva futuras para su emprendimiento

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	Muy buenas	186	78,8	78,8	78,8
	Buenas	37	15,7	15,7	94,5
	Regulares	9	3,8	3,8	98,3
	Malas	4	1,7	1,7	100,0
	<b>Total</b>	<b>236</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

**Gráfico 11:** Perspectivas futuras para su emprendimiento



**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

### **Análisis**

Del 100% de las personas encuestadas con respecto a las perspectivas futuras de su emprendimiento, el 78,8% son muy buenas, el 15,7% buenas, el 3,8% regulares y el 1,7% malas.

### **Interpretación**

En base a la investigación realizada se identificó que un porcentaje alto consideran perspectivas muy buenas para su emprendimiento mientras que un porcentaje mínimo consideran que las perspectivas serán malas debido a varios factores que influyen en su permanencia en el mercado.

## 12. ¿Conoce usted las asociaciones creadas en el Cantón Cumandá?

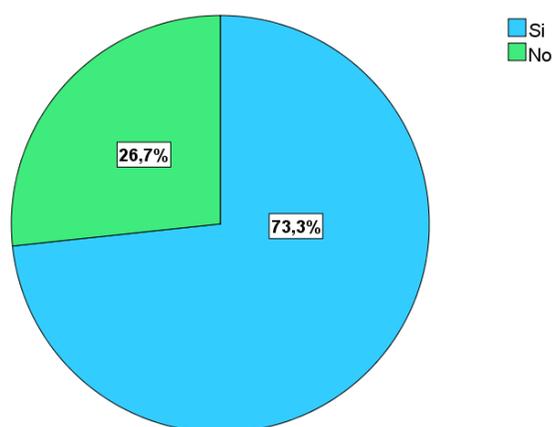
**Cuadro N° 12:** Asociaciones creadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	173	73,3	73,3	73,3
	No	63	26,7	26,7	100,0
	<b>Total</b>	<b>236</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

**Gráfico 12:** Asociaciones creadas



**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

### **Análisis**

Según el criterio de las personas del 100%, el 73,3% conocen las asociaciones creadas en el Cantón mientras que el 26% no tienen conocimiento de las asociaciones existentes.

### **Interpretación**

En base al análisis realizado se determinó que un porcentaje mayor de los emprendimientos conocen las asociaciones que existen sin embargo existe una cantidad mínima que no tienen conocimientos sobre las diferentes asociaciones que pertenecen al cantón Cumandá.

### 13. ¿Le gustaría formar parte de una asociación?

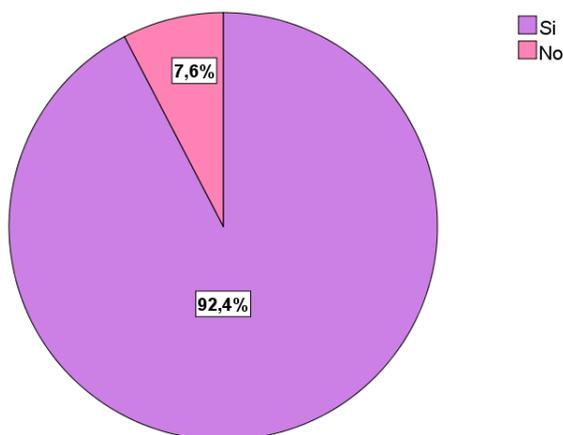
**Cuadro N° 13:** Formar parte de una asociación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	218	92,4	92,4	92,4
	No	18	7,6	7,6	100,0
	<b>Total</b>	<b>236</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

**Gráfico 13:** Formar parte de una asociación



**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

#### **Análisis**

El 92,4% de los emprendimientos encuestados les gustaría formar parte de una asociación mientras que el 7,6% no les gustaría.

#### **Interpretación**

Mediante la investigación realizada se determinó que un porcentaje mayor de los emprendimientos están de acuerdo en formar parte de una asociación o formar una nueva mientras que un porcentaje mínimo no están de acuerdo en formar parte de una asociación, es decir prefieren seguir trabajando independientemente.

**14. Según su criterio ¿Cree usted que el ser parte de una asociación regularía los precios en cada actividad económica?**

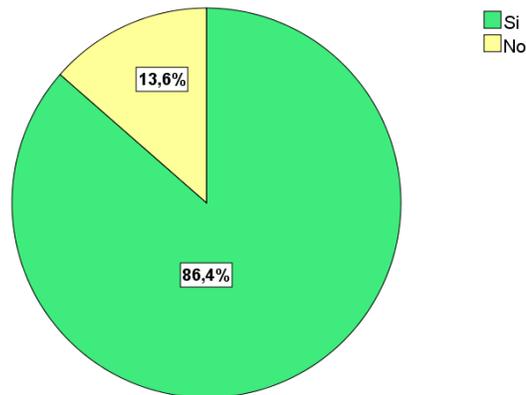
**Cuadro N° 14:** Regularización de precios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	204	86,4	86,4	86,4
	No	32	13,6	13,6	100,0
	<b>Total</b>	<b>236</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

**Gráfico 14:** Regularización de precios



**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

**Análisis**

Según el criterio de los representantes de los emprendimientos el 86,4% consideran que el pertenecer a una asociación regularía los precios mientras que el 13,6% piensan que no se regularían los precios.

**Interpretación**

En base a la investigación realizada se determinó que un porcentaje mayor de los emprendimientos consideran que el formar parte de una asociación regularía los precios y así tendrían mayores oportunidades de incrementar sus ingresos mientras que un porcentaje mínimo considera que no se regularían los precios al pertenecer a una asociación.

## 8.1.2. Resultados de la Entrevista a los representantes de las Asociaciones.

### Entrevista



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:** “La Asociatividad y los Emprendimientos en el Cantón Cumandá, provincia de Chimborazo período 2018”

#### 1. ¿Cree usted que los emprendimientos deberían asociarse?

Desde mi punto de vista pienso que Sí, porque como asociación se puede incrementar las ventas y obtener mayores oportunidades, pero hay que tener en cuenta que algunos emprendimientos aún se manejan mediante paradigmas.

#### 2. ¿Considera usted que la formación de Asociaciones en el Cantón Cumandá mejoraría la economía?

Hoy en día pienso que la economía del país no está muy bien, pero a nivel del cantón si aumentarían el número de emprendimientos que se unen o forman una asociación mejoraría la economía de cada propietario y a su vez se crearían fuentes de trabajo.

#### 3. De acuerdo a su criterio ¿Qué aspectos considera necesario para fortalecer la Asociatividad?

Lo primordial para que una asociación tenga éxito es que todos colaboren en cada actividad, porque si no existe colaboración aunque exista la asociación no se podrá realizar ningún convenio o alguna actividad que beneficien a los emprendimientos.

#### 4. ¿Cuál sería su propuesta para promover la formación de asociaciones en el Cantón Cumandá?

Para formar una asociación se tendría que socializar a todos los representantes de cada emprendimiento sobre los beneficios de asociarse, además sería indispensable que por parte de las autoridades se realicen capacitaciones que permitan que las personas puedan mejorar sus conocimientos y capacidades.

#### 5. ¿De qué manera considera usted que la Asociatividad mejora los emprendimientos del Cantón?

La Asociatividad mejora a cada emprendimiento desde las oportunidades que tienen para vender sus productos fuera y dentro del cantón, así como principalmente en la compra de materia prima por grandes cantidades a menor precio.

## **8.2. Discusión de resultados**

Al obtener los resultados de la encuesta y entrevista realizada se identificó que los emprendimientos obtendrían diferentes beneficios al pertenecer a una asociación, además que en su mayoría se encuentran ubicados en el área urbana del cantón por lo que tienen un tiempo considerable en el mercado, teniendo en cuenta que se encuentra en la vía principal que une a la región sierra con la región costa.

Según el criterio de las personas encuestadas el Cantón Cumandá es apto para que se desarrollen actividades que contribuyan al desarrollo económico, sin embargo hay que considerar que debido a varios factores que se presentan existen emprendimientos que no tienen sostenibilidad en el mercado, es decir que permanecen un corto tiempo realizando sus actividades económicas principalmente por la mala administración.

Al no asociarse los emprendimientos pierden oportunidades, debido a que como independientes tienen que invertir en mayor cantidad, combatir con precios de la competencia, en muchos casos vender sus productos o servicios a menor precio para recuperar su inversión o trasladarse a un lugar diferente para poder incrementar sus ingresos. Hay que tener en cuenta que según el criterio de las personas encuestadas y entrevistadas al formar una asociación los emprendimientos o a su vez formar parte de las ya existentes lograrían especialmente que los precios se regulen y que disminuya la competencia desleal existente.

### 8.3. Comprobación de la hipótesis

La técnica utilizada para la comprobación de la hipótesis es el Chi cuadrado.

#### 8.3.1. Formulación de la hipótesis

**Hipótesis:** La Asociatividad influye en los emprendimientos del Cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo en el período 2018.

**H<sub>0</sub>** = Hipótesis nula

La Asociatividad no influye en los emprendimientos del Cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo período 2018.

**H<sub>1</sub>**= Hipótesis alternativa

La Asociatividad si influye en los emprendimientos del Cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo período 2018.

#### 8.3.2. Estimador estadístico

Para comprobar esta hipótesis se utilizó la prueba de Chi-cuadrado que permite determinar si el patrón de frecuencia observado corresponde o se ajusta al patrón esperado. Para lo cual se aplica la siguiente fórmula:

$$X^2 = \left( \frac{(Fo - Fe)^2}{Fe} \right)$$

**Donde:**

**X<sup>2</sup>** = Chi Cuadrado

**F<sub>o</sub>** = frecuencias observadas

**F<sub>e</sub>** = frecuencias esperadas

### 8.3.3. Planteamiento de la regla de aceptación

Nivel de significación: 0,05

Grados de libertad:

$$Gl = (Filas - 1) (Columnas - 1)$$

$$Gl = (4 - 1)(2 - 1)$$

$$Gl = (3)(1)$$

$$Gl = 3$$

El grado de libertad de **3** con un nivel de significación de **0,05**; se obtiene el valor de Chi cuadrado en la tabla correspondiente al valor de **7,815**.

#### Regla de aceptación

**Si:**

$X^2 \text{ Calculado} > X^2 \text{ Tabla} \rightarrow$  La hipótesis nula  $H_0$  se rechaza y se acepta la hipótesis alternativa  $H_1$

$X^2 \text{ Calculado} < X^2 \text{ Tabla} \rightarrow$  La hipótesis alternativa  $H_1$  se rechaza y se acepta la hipótesis nula  $H_0$

### 8.3.4. Preguntas para la comprobación de la hipótesis

Para la comprobación de la hipótesis se tomaron en cuenta las siguientes preguntas:

- ¿Se emprendimiento que tiempo de permanencia tiene en el mercado?
- Según su criterio ¿Cree usted que el ser parte de una asociación regularía los precios en cada actividad económica?
- ¿Usted es oriundo del Cantón Cumandá?

Los datos de las frecuencias observadas corresponden a los valores recolectados en las encuestas realizadas en el Cantón Cumandá.

### 8.3.5. Resultados obtenidos

**Tabla 4:** Tabla cruzada para la comprobación de la hipótesis

¿Su emprendimiento que tiempo de permanencia tiene en el mercado?			Según su criterio ¿Cree usted que el ser parte de una asociación regularía los precios en cada actividad económica?				
			Si	No	Total		
Menos de un año	¿Usted es oriundo del Cantón Cumandá?	Si	Recuento	19	1	20	
			Recuento esperado	18,1	1,9	20,0	
		No	Recuento	9	2	11	
			Recuento esperado	9,9	1,1	11,0	
	Total			Recuento	28	3	31
				Recuento esperado	28,0	3,0	31,0
De 1 a 2 años	¿Usted es oriundo del Cantón Cumandá?	Si	Recuento	47	5	52	
			Recuento esperado	44,4	7,6	52,0	
		No	Recuento	11	5	16	
			Recuento esperado	13,6	2,4	16,0	
	Total			Recuento	58	10	68
				Recuento esperado	58,0	10,0	68,0
De 3 a 5 años	¿Usted es oriundo del Cantón Cumandá?	Si	Recuento	35	3	38	
			Recuento esperado	33,9	4,1	38,0	
		No	Recuento	14	3	17	
			Recuento esperado	15,1	1,9	17,0	
	Total			Recuento	49	6	55
				Recuento esperado	49,0	6,0	55,0
Más de 6 años	¿Usted es oriundo del Cantón Cumandá?	Si	Recuento	45	7	52	
			Recuento esperado	43,8	8,2	52,0	
		No	Recuento	24	6	30	
			Recuento esperado	25,2	4,8	30,0	
	Total			Recuento	69	13	82
				Recuento esperado	69,0	13,0	82,0
Total	¿Usted es oriundo del Cantón Cumandá?	Si	Recuento	146	16	162	
			Recuento esperado	140,0	22,0	162,0	
		No	Recuento	58	16	74	
			Recuento esperado	64,0	10,0	74,0	
	Total			Recuento	204	32	236
				Recuento esperado	204,0	32,0	236,0

**Fuente:** Software SPSS 25

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

Los datos de las frecuencias esperadas se obtienen al aplicar la siguiente formula:

$$Fe = \left( \frac{\Sigma Fo \text{ columna} * \Sigma Fo \text{ fila}}{Total} \right)$$

$$Fe = \left( \frac{204 * 162}{236} \right)$$

$$Fe = 140$$

**Tabla 5:** Tabla de frecuencias esperadas

Fo	Fe	Fo - Fe	(Fo - Fe) <sup>2</sup>	(Fo - Fe) <sup>2</sup> /Fe
19	18,1	0,9	0,81	0,0448
1	1,9	-0,9	0,81	0,4263
9	9,9	-0,9	0,81	0,0818
2	1,1	0,9	0,81	0,7364
47	44,4	2,6	6,76	0,1523
5	7,6	-2,6	6,76	0,8895
11	13,6	-2,6	6,76	0,4971
5	2,4	2,6	6,76	2,8167
35	33,9	1,1	1,21	0,0357
3	4,1	-1,1	1,21	0,2951
14	15,1	-1,1	1,21	0,0801
3	1,9	1,1	1,21	0,6368
45	43,8	1,2	1,44	0,0329
7	8,2	-1,2	1,44	0,1756
24	25,2	-1,2	1,44	0,0571
6	4,8	1,2	1,44	0,3000
146	<b>140</b>	6	36	0,2571
16	22	-6	36	1,6364
58	64	-6	36	0,5625
16	10	6	36	3,6000
				<b>13,3141</b>

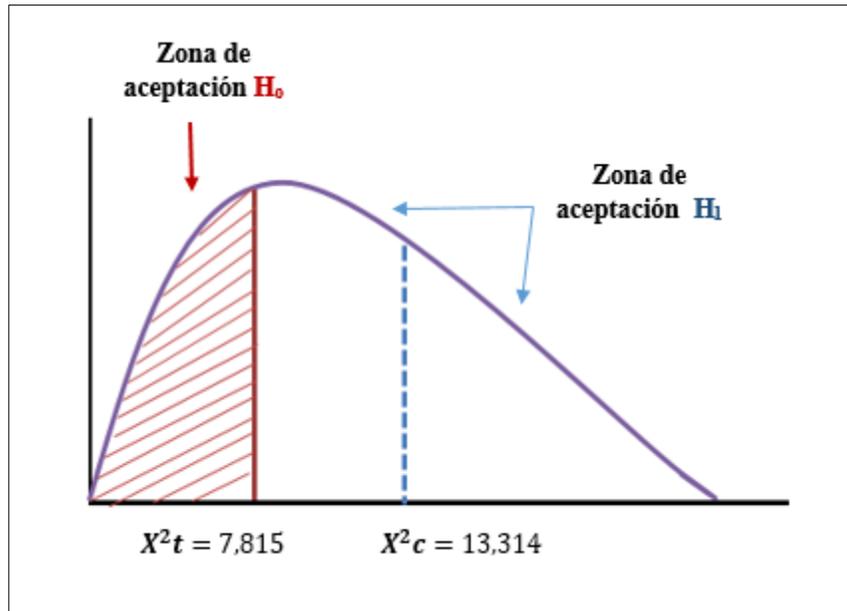
**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

El grado de libertad de **3** con un nivel de significación de 0,05; se obtiene el valor de Chi cuadrado en la tabla correspondiente al valor de **7,8147**; que se visualiza en la siguientes tabla.

**Tabla 6:** Tabla de Chi cuadrado X<sup>2</sup>

	0,001	0,005	0,01	0,02	0,025	0,03	0,04	0,05	0,10	0,15	0,20	0,25	0,30	0,35	χ <sup>2</sup> 0,40
g.d.l															
1	10,828	7,879	6,635	5,412	5,024	4,709	4,218	3,841	2,706	2,072	1,642	1,323	1,074	0,873	0,708
2	13,816	10,597	9,210	7,824	7,378	7,013	6,438	5,991	4,605	3,794	3,219	2,773	2,408	2,100	1,833
3	16,266	12,838	11,345	9,837	9,348	8,947	8,311	<u>7,815</u>	6,251	5,317	4,642	4,108	3,665	3,283	2,946
4	18,467	14,860	13,277	11,668	11,143	10,712	10,026	9,488	7,779	6,745	5,989	5,385	4,878	4,438	4,045
5	20,515	16,750	15,086	13,388	12,833	12,375	11,644	11,070	9,236	8,115	7,289	6,626	6,064	5,573	5,132
6	22,458	18,548	16,812	15,033	14,449	13,968	13,198	12,592	10,645	9,446	8,558	7,841	7,231	6,695	6,211
7	24,322	20,278	18,475	16,622	16,013	15,509	14,703	14,067	12,017	10,748	9,803	9,037	8,383	7,806	7,283
8	26,124	21,955	20,090	18,168	17,535	17,010	16,171	15,507	13,362	12,027	11,030	10,219	9,524	8,909	8,351
9	27,877	23,589	21,666	19,679	19,023	18,480	17,608	16,919	14,684	13,288	12,242	11,389	10,656	10,006	9,414
10	29,588	25,188	23,209	21,161	20,483	19,922	19,021	18,307	15,987	14,534	13,442	12,549	11,781	11,097	10,473

**Gráfico 15:** Gráfico Campana de Gauss



**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

### 8.3.6. Conclusión

$X^2 \text{ Calculado} > X^2 \text{ Tabla}$  (Se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_1$ )

$13,314 > 7,815$  (Se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_1$ )

Los resultados obtenidos se encuentran en la zona de aceptación de la hipótesis alternativa  $H_1$ , por lo que se cumple que la Asociatividad sí influye en los emprendimientos del Cantón Cumandá, provincia de Chimborazo período 2018.

## 9. PROPUESTA

### 9.1.Tema:

Modelo de planeación estratégica que fortalezca la Asociatividad de los emprendimientos en el Cantón Cumandá.

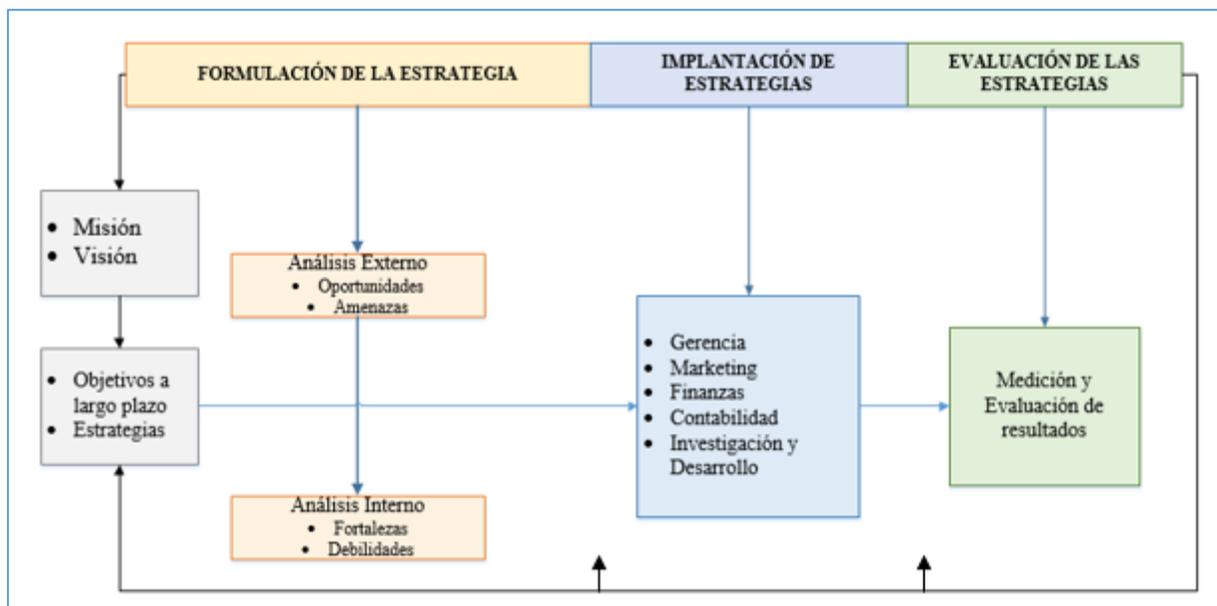
### 9.2.Objetivo

Proponer un modelo estratégico para fortalecer la asociatividad de los emprendimientos en el Cantón Cumandá.

### 9.3.Esquema del Modelo de planeación estratégica

Este modelo va a permitir mejorar el proceso de asociatividad de los emprendimientos y establecer los objetivos y estrategias a largo plazo que se deben cumplir.

**Gráfico 16:** Modelo de planeación estratégica de Fred, D.



**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

**Fuente:** Fred, D. (2003)

## 1. FASE 1: FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA (PARTICIPATIVA)

### 1.1.Misión

Somos una asociación que busca generar oportunidades y sostenibilidad para los emprendimientos, ofreciendo productos y servicios de calidad a precios asequibles.

### 1.2.Visión

Convertirnos en una asociación reconocida a nivel local, nacional e internacional caracterizada principalmente por la innovación y el servicio a sus clientes.

### 1.3. Análisis interno

**Tabla 7:** Análisis interno

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Ubicación geográfica</li><li>• Relación con proveedores</li><li>• Cadena de distribución</li><li>• Habilidad en la fabricación de productos</li><li>• Base de clientes</li><li>• Calidad de productos</li><li>• Marketing efectivo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• falta de planificación</li><li>• Mala administración</li><li>• Problemas operativos</li><li>• Carencia de colaboración.</li><li>• Falta de liderazgo.</li><li>• Ausencia de controles.</li><li>• No poseen local propio</li></ul>

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

### 1.4.Análisis externo

**Tabla 8:** Análisis Externo

<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Apertura de nuevos mercados.</li><li>• Diversificación de la producción.</li><li>• Compra de materia prima a bajos costos.</li><li>• Erradicación de la competencia desleal.</li><li>• Incrementar las utilidades.</li><li>• Reducción de costos en los procesos productivos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Apertura de asociaciones correspondientes a la misma actividad económica.</li><li>• Incremento de vendedores informales externos.</li><li>• Cambio en los gustos y preferencias de los consumidores.</li><li>• El cambio climático.</li><li>• Desequilibrio entre oferta y demanda.</li><li>• Representantes de los emprendimientos tomen decisiones radicales.</li></ul>

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

## 2. FASE 2: IMPLANTACIÓN DE LA ESTRATEGIA

### 2.1. Objetivos y estrategias

#### Gerencia

**Tabla 9:** Objetivos y estrategias de Gerencia

Objetivo	Estrategia
Administrar de manera eficiente la asociación.	Seleccionar a la persona con los conocimientos y capacidades necesarias para ocupar el cargo.
Realizar una planificación para el cumplimiento de los objetivos.	Coordinar una reunión con la participación de todos los miembros de la asociación para tomar en cuenta los puntos de vista.
Representar a la asociación y obtener beneficios colectivos no individuales.	Adquirir conocimiento sobre la situación económica en general.

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

#### Marketing

**Tabla 10:** Objetivos y Estrategias de Marketing

Objetivo	Estrategia
Posicionarnos en la mente del consumidor como una asociación que oferta productos de calidad.	Promocionar los productos y servicios utilizando las herramientas de marketing que oferta la asociación.
Crear un logotipo que identifique a la asociación.	Utilizar una imagen que represente los productos que se ofertan.
Incrementar la cartera de consumidores.	Implementar nuevas ideas que permitan captar clientes.

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

#### Finanzas

**Tabla 11:** Objetivos y Estrategias Financiero

Objetivos	Estrategias
Incrementar los activos fijos de la asociación.	Buscar financiamiento externo con una tasa baja de interés.
Optimizar los recursos financieros.	Llevar un control adecuado de ingresos y gastos.
Aumentar el valor de la asociación.	Introducirse en el mercado a través de la mejora continua.

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

## Contabilidad

**Tabla 12:** Objetivos y Estrategias de la Contabilidad

Objetivos	Estrategias
Mantener actualizado todos los estados financieros.	Llevar un archivo con todos los documentos de respaldo.
Registrar cada una de las transacciones que se realizan en la asociación.	Todos los días se deben registrar las operaciones realizadas.
Incrementar la rentabilidad de la asociación.	Analizar frecuentemente los indicadores financieros.

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

## Investigación y desarrollo

**Tabla 13:** Objetivos y Estrategias de Investigación y desarrollo

Objetivos	Estrategias
Incrementar los productos innovadores.	Utilizar nuevos procesos tecnológicos.
Introducirnos en nuevos mercados a nivel nacional.	Realizar una investigación de las nuevas necesidades de los consumidores.
Convertirnos en una asociación sustentable y sostenible.	Implementar nuevos procesos amigables con el medio ambiente.

**Elaborado por:** Gabriela Elizabeth Estrada Cabezas

### 3. FASE 3: EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS

#### 3.1. Medición y evaluación de resultados

Para la medición y evaluación de resultados se utilizan diferentes técnicas que se aplican a los diferentes parámetros que tenga la asociación, esto sirve principalmente para verificar si los procesos se están cumpliendo adecuadamente y poder tomar las medidas correctivas necesarias para que las actividades se desarrollen eficientemente. Los más utilizados son los indicadores como: productividad, rentabilidad, resultados, etc.

#### 9.4. Conclusión de la propuesta

Mediante el modelo se pudo identificar que contiene los principales componentes necesarios para desarrollar un proceso como la asociatividad, que mediante el cumplimiento de los objetivos y aplicación de las estrategias se obtendrán beneficios colectivos que mejore la productividad.

## 10. CONCLUSIONES

- La asociatividad influye en los emprendimientos según la información analizada y el criterio de representantes de las asociaciones existentes, debido a que al permanecer un corto tiempo en el mercado no pueden formar parte de una asociación y por lo tanto no obtienen beneficios u oportunidades para que el emprendimiento sea sostenible en el mercado.
- Los factores limitantes por los que un emprendimiento puede desaparecer del mercado se debe especialmente a la mala administración, debido a que los propietarios no llevan registros de los ingresos y gastos de las operaciones que realizan, además la mayoría de los emprendimientos inician sus actividades sin establecer los parámetros necesarios para que puedan tener rentabilidad a lo largo del tiempo.
- Los emprendimientos al no formar parte de una asociación son perjudicados principalmente en los costos en los que incurren para la realización de sus operaciones, además existe una competencia desleal lo que ocasiona que en algunos de ellos incrementen sus ventas y en otros disminuyan, por lo que se generan pérdidas y la desaparición de los emprendimiento en el mercado.
- La falta de un modelo estratégico hace que los emprendimientos no pertenezcan a una asociación y desaparezcan del mercado en un periodo corto de tiempo, por lo que se ha establecido el modelo de planeación estratégica de David Fred, el cual permitirá que el proceso de asociatividad sea eficiente y se utilice como base para la creación de nuevas asociaciones logrando así mejorar el desarrollo económico del Cantón.

## 11. RECOMENDACIONES

- Se recomienda que los representantes de las asociaciones ya existentes realicen una socialización a los propietarios de los emprendimientos, debido a que muchos de ellos desconocen la existencia de las mismas, las actividades que realizan y los beneficios u oportunidades que poseen.
- Se recomienda que las autoridades del cantón realicen capacitaciones sobre la puesta en marcha de los emprendimientos y así las personas adquieran las bases para iniciar una actividad económica, acerca del liderazgo, planificación, administración de recursos y sobre todo como lograr sostenibilidad en el mercado.
- Se recomienda que los propietarios de los emprendimientos accedan a formar parte de una asociación, para que de esa manera obtengan beneficios u oportunidades como; la compra de insumos por mayor cantidad para la elaboración de sus productos o prestación de servicios y así reducir los costos totales de producción, obteniendo mayor rentabilidad.
- Se recomienda aplicar el modelo de planeación estratégica, ya que de esa manera se van a mejorar los procesos, cumplir con el propósito u objetivos planteados a largo plazo, controlar la asignación de recursos y sobre todo medir y evaluar los resultados que se van obteniendo mientras realizan sus operaciones.

## 12. BIBLIOGRAFÍA

- Abalo, M. (2016). BENCHMARKING BEST PRACTICE. Disponible en [http://www.geocities.ws/maria\\_abalo/e2/Foro4/bmk4\\_Maria\\_A.html](http://www.geocities.ws/maria_abalo/e2/Foro4/bmk4_Maria_A.html)
- Aguirre, A. (2017). Gerencie.com. “La cultura del emprendimiento”. Disponible en <https://www.gerencie.com/cultura-del-emprendimiento.html>
- Alemán, A. & Zambrano, H. (2017). *¿Cómo influye la Asociatividad Empresarial en el crecimiento de las microempresas?* (Tesis de pregrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil.
- Alvizú, R. (2014). *Sector Asociativo y Economía Solidaria: Una Mirada desde una Red Comunicativa Propia*. Chile. Obtenido de [http://base.socioeco.org/docs/cs-alvizu\\_r.pdf](http://base.socioeco.org/docs/cs-alvizu_r.pdf)
- BanEcuador. (2016). “Programa del Sistema Financiero-Módulo 5”. Obtenido de <https://www.banecuador.fin.ec/wp-content/uploads/2019/08/MODULA-5-.pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: PEARSON EDUCACIÓN.
- Castellanos, J. (2010). La Asociatividad como fenómeno evolutivo, análisis de casos colombianos, *Scielo*, pág. 100-111.
- Fred, D. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: PEARSON EDUCACIÓN. Pág. 14.
- GEM. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor*. Obtenido de <https://gemconsortium.org/economy-profiles/ecuador>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Cumandá. (2015). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Cumandá 2014 – 2019*. Cantón Cumandá. Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni.link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/0660001760001\\_PD%20Y%20OT%20GAD%20CUMANDÁ%202014-2019\\_09-04-2015\\_16-33-19.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni.link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/0660001760001_PD%20Y%20OT%20GAD%20CUMANDÁ%202014-2019_09-04-2015_16-33-19.pdf)
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo (2016). *Informe de la Prefectura de Chimborazo*. Obtenido de <https://www.chimborazo.gob.ec/Chimborazo/?p=374>
- Google maps. (2019). *Ubicación del Cantón Cumandá*. Obtenido de <https://www.google.com/maps/place/Cumanda/@-2.2200817,-79.1333296,11z/data=!4m5!3m4!1s0x91d2bb8fbb4fb325:0x1f6f0f3ded1ba42d!8m2!8m2!3d-2.2024852!4d-79.0419053>

- Herrera, C. & Montoya, L. (2013). “*El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización*”, Punto de Vista, V. IV, N° 7, pp. 10-31.
- Hilarlón, J. (2014). *Emprendimiento e Innovación: Diseña y planea tu negocio*. México: Cengage Learning Editores.
- INEN. (2016). *Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN*. Obtenido de <https://www.normalización.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais/>
- Jaime, E.E. (2017). *El emprendimiento en Ecuador: Visión y Perspectivas*. Samborondón, Ecuador, Ecuador: ECOTEC. Obtenido de <https://www.ecotec.edu.ec/content/uploads/2017/09/investigación/libros/emprendimiento-ecuador.pdf>
- Lema, J. (2019). *DSG Consulting: Integramos Soluciones*. Obtenido de <https://www.dsg.ec/gestión-empresas/mipymes-en-ecuador/>
- Marcillo, C. (2016). *VIVE COMERCIO JUSTO*. Obtenido de [https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/reaslibrary\\_attachments/Manual-de-Comercio-Justo.pdf](https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/reaslibrary_attachments/Manual-de-Comercio-Justo.pdf)
- Ministerio de Inclusión Económica y Social (2019). *La Asociatividad*. Obtenido de <https://www.inclusion.gob.ec/la-asociatividad-un-recursos-para-construir-el-buen-vivir/>
- Organización Mundial del Comercio Justo (2018). WFTO. *Comercio Justo*. Obtenido de <https://www.wfto-la.org/comercio-justo/que-es/>
- Organización Internacional del Trabajo (2016). OIT. Obtenido de [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms\\_536567.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_536567.pdf)
- Palagi, L. (2017). Modelo de Comercio Justo sin certificaciones. *Anuario de exportaciones: Del Sector Asociativo y Comercio Justo*, pág. 15-18.
- Prieto, C. (2014). *Emprendimiento: Conceptos y plan de negocios*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- QuestionPro. (2018). *La Investigación de Campo*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/investigación-de-campo.html>
- Roca, J.M. (2016). Informeticplus. *Definición de emprendedor*. Obtenido de <https://www.informeticplus.com/que-es-un-emprendedor>
- Ruiz, A. (2015). Gestipolis. *Asociatividad*. Obtenido de <https://www.gestipolis.com/asociatividad-pymes/>

- Sampieri, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta edición). México: Mc Graw Hill/Interamericana Editores. S.A. pág. 736.
- Sánchez, M., Chang, E., Camacho, K. & Bonett, K. (2014). “*Microemprendimientos, Asociatividad y Gestión de Organizaciones sociales*”, en Sotavento MBA, N° 24, pp. 44-56.
- Schnarch, A. (2014). *Emprendimiento exitoso: cómo mejorar su proceso y gestión*. Bogotá: Eco Ediciones.
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2018). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20actuaizada%20noviembre%202018.pdf/66b23eef-8b87-4e3a.b0ba-194c2017e69a>
- Universia. (2017). *Universia Costa Rica*. Obtenido de <https://noticias.universia.cr/educacion/noticia/2017/09/04/1155475/tipos-investigacion-descriptiva-exploratoria-explicativa.html>
- Vallejo, C. (2016). *Propuesta de implementación del proceso de asociatividad para emprendimientos en turismo de aventura, en el Cantón Quijos, provincia de Napo*. (Tesis de pregrado). Universidad de las Fuerzas Armadas, Sangolquí.
- Vicuña, M. (2018). Gobierno entregó \$10.7 millones para emprendimientos de la Sierra centro. *El telégrafo*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/gobierno-millones-emprendimientos-ambato>

### 13. ANEXOS

#### Anexo A: Modelo de la Encuesta aplicada a los emprendimientos



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

**Título de la investigación:** “La Asociatividad y los Emprendimientos en el Cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo período 2018”

La presente encuesta tiene como objetivo analizar cómo la asociatividad influye en los emprendimientos del Cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo período 2018.

Instrucciones: Marque con una x la respuesta correcta

#### Información general:

Género:                      Femenino    ( )    Masculino ( )

Edad:

A)	18-25 años	( )
B)	26-33 años	( )
C)	34-41 años	( )
D)	41 en adelante	( )

1. ¿Usted es oriundo del Cantón Cumandá?

Si ( )              No ( )

2. ¿Cuál es el nivel de escolaridad que usted tiene?

- A) Primaria              ( )
- B) Secundaria              ( )
- C) Superior              ( )
- D) Ninguna              ( )

3. ¿A qué sector considera usted que pertenece su actividad económica?

A)	Agropecuario	( )	
B)	Ganadero	( )	
C)	Silvicultura	( )	
D)	Pesca	( )	
E)	Comercio	( )	
F)	Turístico	( )	
G)	Servicio técnico (Estética, Mecánica, Jardinería)	( )	

4. Zona: Rural ( ) Urbana ( )

5. ¿Su emprendimiento que tiempo de permanencia tiene en el mercado?

A)	Menos de un año	( )
B)	De 1 a 2 años	( )
C)	De 3 a 5 años	( )
D)	Más de 6 años	( )

6. ¿Considera usted que el Cantón Cumandá reúne las condiciones necesarias para el desarrollo comercial de sus habitantes?  
Si ( ) NO ( )

7. Según su criterio ¿Considera usted que en el Cantón Cumandá existen emprendimientos que no han logrado superar el primer año de vida?

Si ( ) NO ( )

8. Con respecto a la pregunta anterior según su criterio ¿Cuáles son los factores por los que algunos emprendimientos permanecen poco tiempo en el mercado?

- A) Falta de cultura empresarial (no plantean misión, visión y estrategias) ( )
- C) Mala administración ( )
- D) Falta de previsión financiera (improvisan las actividades) ( )
- E) Falta de liderazgo (no existe quien dirija el negocio) ( )
- F) Ausencia de controles (personal, gastos, ventas, inventario) ( )
- G) No tienen un local propio ( )
- I) Otra ( )

Especifique cuál:

9. ¿Cuáles son las perspectivas futuras para el desarrollo de su emprendimiento?

A)	Muy buenas	( )
B)	Buenas	( )
C)	Regulares	( )
D)	Malas	( )

10. ¿Conoce usted las asociaciones creadas en el cantón Cumandá?  
Si ( ) No ( )

11. ¿Le gustaría formar parte de una asociación?  
Si ( ) No ( )

12- Según su criterio ¿Cree usted que el ser parte de una asociación regularía los precios en cada actividad económica?  
Si ( ) No ( )

*Gracias por su colaboración*

**Anexo B:** Modelo de la Entrevista aplicada a las Autoridades y representantes de las Asociaciones



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: “La Asociatividad y los Emprendimientos en el Cantón Cumandá, provincia de Chimborazo período 2018”

La presente entrevista tiene como objetivo: Analizar cómo la asociatividad influye en los emprendimientos en el Cantón Cumandá, provincia de Chimborazo período 2018. Es necesario contar con la veracidad de esta información, por lo que es recomendable responder con claridad a las preguntas formuladas.

1. ¿Cree usted que los emprendimientos deberían asociarse?
2. ¿Considera usted que la formación de Asociación en el Cantón Cumandá mejoraría la economía?
3. De acuerdo a su criterio ¿Qué aspectos considera necesario para fortalecer la Asociatividad?
4. ¿Cuál sería su propuesta para promover la formación de asociaciones en el Cantón Cumandá?
5. ¿De qué manera considera usted que la Asociatividad mejora los emprendimientos del Cantón

**Anexo C: Matriz Lógica**

<b>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>HIPÓTESIS GENERAL</b>
¿Cómo la asociatividad influye en los emprendimientos del Cantón Cumandá, provincia de Chimborazo en el período 2018?	Identificar cómo la asociatividad influye en los emprendimientos del Cantón Cumandá, provincia de Chimborazo en el periodo 2018.	La asociatividad influye en los emprendimientos del Cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo en el periodo 2018.
<b>PROBLEMAS DERIVADOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuáles son los factores que impiden que los emprendimientos puedan asociarse en el cantón Cumandá?</li> <li>• ¿Cuáles son los efectos causados por la carencia de asociatividad en los emprendimientos en el Cantón Cumandá, provincia de Chimborazo?</li> <li>• ¿De qué manera un modelo estratégico fortalece la asociatividad de los emprendimientos en el cantón Cumandá?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar cuáles son los factores limitantes que no permiten que los emprendimientos puedan asociarse en el Cantón Cumandá, provincia de Chimborazo.</li> <li>• Diagnosticar de qué manera afecta la carencia de asociatividad en los emprendimientos del cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo, mediante encuestas a los representantes que me permita definir si los efectos han sido positivos y negativos.</li> <li>• Proponer un modelo estratégico para fortalecer la asociatividad de los emprendimientos en el cantón Cumandá, provincia de Chimborazo.</li> </ul>	

## Anexo D: Operacionalidad de las variables

### VARIABLE INDEPENDIENTE: LA ASOCIATIVIDAD

CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES
La asociatividad expresa unión y cooperación entre individuos y organizaciones que se juntan voluntariamente con el fin de satisfacer sus necesidades y lograr un solo propósito, bajo la participación y el esfuerzo colectivo, teniendo como objetivo primordial que comprendan la importancia de permanecer juntos y mejorar su situación económica, mentalizándose que con esfuerzo y dedicación pueden comercializar sus productos o servicios con valor agregado a nivel nacional e internacional. (MIES, 2019)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Asociatividad</li><li>• Cooperación</li><li>• Producción</li><li>• Eficiencia</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Número de asociaciones</li><li>• Capacidad de producción</li><li>• Mejorar la rentabilidad</li><li>• Tiempo de fabricación</li></ul>

**Elaborado por:** Gabriela Estrada

**VARIABLE DEPENDIENTE: LOS EMPRENDIMIENTOS**

CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES
<p>El emprendimiento es una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de una empresa que genere recursos económicos, es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades de negocio, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, sus resultado es la creación de valor sostenible desde el punto de vista económico hasta la capacidad de generar nuevas oportunidades para otros. (Schnarch, 2014)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresa</li> <li>• Productividad</li> <li>• Calidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de emprendimientos</li> <li>• <math>Productividad = \frac{Productos\ o\ servicios\ producidos}{Recursos\ Utilizados}</math></li> <li>• Satisfacción del cliente</li> <li>• Valoración del producto</li> </ul>

**Elaborado por:** Gabriela Estrada