



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

TÍTULO

EMPRENDIMIENTOS QUE CONTRIBUYEN EN EL CRECIMIENTO DE CLÚSTERS EMPRESARIAL EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA PERÍODO 2010 AL 2014.

*INFORME DE INVESTIGACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL*

AUTOR

DENIS ARMANDO CHUCHO MOROCHO

TUTOR

DR. VÍCTOR DANTE AYAVIRÍ NINA

Riobamba - Ecuador

2017

CERTIFICADO DEL TUTOR DE TESIS

En mi calidad de tutor y luego de haber revisado el desarrollo de la investigación elaborado por el Sr. Denis Armando Chucho Morocho, tengo a bien informar que el trabajo indicado cuyo título es: **EMPRENDIMIENTOS QUE CONTRIBUYEN EN EL CRECIMIENTO DE CLÚSTERS EMPRESARIAL EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA PERIODO 2010 AL 2014**, cumple con los requisitos exigidos para que pueda ser expuesta al público, luego de ser evaluado por el tribunal designado.

Riobamba, 23 de febrero del 2017


Dr. Víctor Dante Ayaviri Nina
Tutor



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

CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DE GRADO

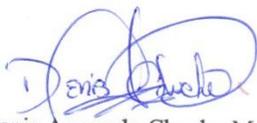
Proyecto de Investigación para la obtención del título de Ingeniero Comercial.

 Dr. Víctor Dante Ayaviri Nina Tutor	<u>10</u> Calificación
 Ing. Marieta Tapia Muñoz Mgs Miembro 1	<u>10</u> Calificación
 Ing. Patricia Fernanda Gallegos Tapia Mgtr Miembro 2	<u>10</u> Calificación

Nota Final: 10 (Sobre 10)

DERECHOS DEL AUTOR

Yo, **Denis Armando Chucho Morocho**, 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.



Denis Armando Chucho Morocho

060571486-4

DEDICATORIA

Todo el esfuerzo y mi dedicación que he puesto en este proyecto de investigación va dedicado primero a Dios por ser mi gran apoyo espiritual en esta hermosa vida que lo he llevado, agradecido con mi Señor.

El presente trabajo de investigación va dedicado a los seres queridos que yo más amo en este mundo, mis padres que con su apoyo, esfuerzo y amor constante que han ayudado a superar las barreras que se me han presentado en esta vida, a la vez por el apoyo incondicional de ayudarme a formarme como un profesional más en la vida, con humildad y sencillez.

De la misma manera a mis hermanos que de una y otra manera me ayudaron económicamente, moralmente y espiritualmente quienes motivaron a mejorar mis esfuerzos por cumplir unos de mis anhelos en la vida, y como compensar todo su cariño hacia mí, he logrado alcanzar este sueño mi profesionalización.

Denis Armando Chucho Morocho

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos quienes de una y otra forma aportaron para que este ciclo de mi vida se pueda concluir de la mejor manera, quienes son: mis amigos (a), docentes y mi familia, a Dios dador de vida que con su exactitud nos ha creado por ser hombres de lucha y de buena fe.

Denis Armando Chucho Morocho

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
INFORME DEL TUTOR	II
CALIFICACIÓN DEL TRIBUNAL	III
DERECHO DE AUTORÍA	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
ÍNDICE GENERAL	VII
ÍNDICE DE TABLAS	XI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XIII
RESUMEN	XV
ABSTRACT	XVI
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
1. Marco referencial	2
1.1 Planteamiento del problema	2
1.2 Formulación del problema	3
1.3 Objetivos	4
1.3.1 General	4
1.3.2 Específicos	4
1.4 Justificación e importancia del problema	4

CAPÍTULO II	6
2. Marco teórico	6
2.1 Antecedentes	6
2.2 Fundamentación legal	7
2.3 Fundamentación teórica	7
2.3.1 UNIDAD I.....	9
2.3.1.1 ¿Qué es empresa?.....	9
2.3.1.2 Características.....	9
2.3.1.3 Elemento de la empresa	10
2.3.1.4 Organización	10
2.3.1.5 Tipologías	11
2.3.1.6 Innovación	15
2.3.1.7 Innovación y tecnología	16
2.3.1.8 Innovación y empleo	16
2.3.1.9 Innovación y desarrollo	17
2.3.2 UNIDAD II	19
2.3.2.1 Emprendimientos	19
2.3.2.2 Concepto	19
2.3.2.3 Importancia del emprendimiento	25
2.3.2.4 Emprendimiento y empleo	25
2.3.2.5 Por qué surgen los emprendimientos.....	26

2.3.2.6	Emprendimientos como una alternativa al desempleo	28
2.3.2.7	Experiencia de emprendimientos en la provincia de Chimborazo	29
2.3.3	UNIDAD III	34
2.3.3.1	Clústers	34
2.3.3.2	Concepto	34
2.3.3.3	Antecedentes	35
2.3.3.4	Orígenes de los clústers	37
2.3.3.5	Los sistemas clústers en la industria	38
2.3.3.6	El estudio de los clústers	41
2.3.3.7	Su conformación	47
2.3.3.8	Aplicación	50
2.4	Unidad hipotética	53
2.4.1	Hipótesis	53
2.4.2	Variables	53
2.4.2.1	Variable independiente	53
2.4.2.2	Variable dependiente	53
2.5	Operacionalización de las variables	54
	CAPÍTULO III	56
3	Marco metodológico	56
3.1	Método inductivo	56

3.2	Diseño de la investigación	57
3.2.1	Descriptiva	57
3.2.2	Campo	57
3.3	Tipo de la investigación	57
3.4	Población y muestra	57
3.4.1	Población	57
3.4.2	Muestra	57
3.5	Técnicas e instrumentos para la recolección de datos	58
3.5.1	Técnicas	58
3.5.2	Instrumentos	59
3.6	Técnicas para el procesamiento e interpretación de los datos	59
3.7	Procesamientos y discusión de resultados	59
3.8	Comprobación de la hipótesis	73
CAPÍTULO IV		78
4	Conclusiones y recomendaciones	78
4.1	Conclusiones	78
4.2	Recomendaciones	80
Bibliografía		81
Anexos		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Emprendimientos vinculados a la Cámara de Comercio de la ciudad de Riobamba	20
Tabla N° 2. Número de emprendimientos vinculados a la Cámara de Comercio de Riobamba por años	23
Tabla N° 3. Población ocupada por rama de actividades	24
Tabla N° 4. Lista de empresas encuestadas	29
Tabla N° 5. Asociaciones (clústers) de la ciudad de Riobamba período 2010	52
Tabla N° 6. Operacionalización de las variables	54
Tabla N° 7. Género del encuestado	60
Tabla N° 8. Edad del encuestado	61
Tabla N° 9. Nivel de formación	62
Tabla N° 10. ¿A qué tipo de negocio pertenece su empresa?	63
Tabla N° 11. Nivel de ingresos	64
Tabla N° 12. ¿Cómo valora usted al emprendimiento?	65
Tabla N° 13. ¿En qué grado fue importante para usted, la iniciativa del emprendimiento?	66
Tabla N° 14. ¿Su emprendimiento ha mantenido la oportunidad de contribuir al desarrollo de la ciudad local?	67
Tabla N° 15. ¿Ha tenido en cuenta el punto de vista del cliente o consumidor?	68

Tabla N° 16. Considera que su empresa tiene relaciones cercanas con otras empresas, más allá de las establecidas por la interacción comercial	69
Tabla N° 17. Usted forma parte de una asociación o agrupación productiva	70
Tabla N° 18. ¿Qué beneficios ha obtenido de su participación en las asociaciones o agrupaciones productivas?	71
Tabla N° 19. ¿En caso de que no seas parte de una asociación o agrupación, le gustaría ser parte en un futuro?	72
Tabla N° 20. Códigos de las variables	74
Tabla N° 21. Resumen del modelo	75
Tabla N° 22. ANOVA	76

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Tipología de la empresa	12
Gráfico N° 2. Número de empresas registrados en la Cámara de Comercio de la ciudad de Riobamba por años	24
Gráfico N° 3. Emprendimientos por necesidad y por oportunidad	27
Gráfico N° 4. Por qué surgen los emprendimientos	28
Gráfico N° 5: Conformación de los clústers	49
Gráfico N° 6: Composición del tejido empresarial	51
Gráfico N° 7: Género del encuestado	60
Gráfico N° 8: Edad del encuestado	61
Gráfico N° 9: Nivel de formación	62
Gráfico N° 10: ¿A qué tipo de negocio pertenece su empresa?	63
Gráfico N° 11: Nivel de ingresos	64
Gráfico N° 12: ¿Cómo valora usted al emprendimiento?	65
Gráfico N° 13: ¿En qué grado fue importante para usted, la iniciativa del emprendimiento?	66
Gráfico N° 14: ¿Su emprendimiento ha mantenido la oportunidad de contribuir al desarrollo de la ciudad local?	67
Gráfico N° 15: ¿Ha tenido en cuenta el punto de vista del cliente o consumidor?	68

Gráfico N° 16: Considera que su empresa tiene relaciones cercanas con otras empresas, más allá de las establecidas por la interacción comercial	69
Gráfico N° 17: Usted forma parte de una asociación o agrupación productiva	70
Gráfico N° 18: ¿Qué beneficios ha obtenido de su participación en las asociaciones o agrupaciones productivas?	71
Gráfico N° 19: ¿En caso de que no sea parte de una asociación o agrupación, le gustaría ser parte en un futuro?	72

RESUMEN

El presente trabajo investigativo hace énfasis a “EMPRESARIOS QUE CONTRIBUYEN EN EL CRECIMIENTO DE CLÚSTERS EMPRESARIAL EN

LA CIUDAD DE RIOBAMBA PERIODO 2010 AL 2014, con la finalidad de medir la capacidad emprendedora y su aporte al fortalecimiento de los clústers empresariales de la ciudad de Riobamba. La investigación está constituida por cuatro capítulos, el mismo que se desarrollan a continuación:

El capítulo I, se desarrolla el Marco referencial, en el que consta el planteamiento y formulación del problema, los objetivos de la investigación a ser alcanzados.

El capítulo II, se detalla el Marco Teórico. El mismo que se divide en tres unidades: La Primera Unidad abarca sobre los aspectos generales de la empresa constituida. La Segunda Unidad hace énfasis a los emprendimientos. La Tercera Unidad describe sobre los clústers.

En el capítulo III, se detallan los métodos que se utilizaron para la presente investigación, la población y muestra, la operacionalización de las variables, las técnicas e instrumentos de recolección de información, el procesamiento de la información, el análisis e interpretación de resultados y la comprobación de la Hipótesis.

En el capítulo IV, se desarrolla las conclusiones y recomendaciones, finalmente se podrá evidenciar los resultados a la problemática planteada al inicio de la investigación.

Se adjunta también la bibliografía y los anexos respectivos de la investigación.

ABSTRACT

The present research work emphasizes to “ENTERPRENEURSHIPS THAT CONTRIBUTE IN THE GROWTH OF BUSINESS CLUSTERS IN RIOBAMBA CITY DURING THE PERIOD 2010 - 2014, with the purpose of measuring the enterprising capacity and its contribution to the strengthening of the business clusters of Riobamba city. The investigation is divided into the following four chapters:

Chapter I, develops the Frame of Reference, in which consists the exposition and formulation of the problems and objectives of the investigation to be reached.

Chapter II, the theoretical Frame is detailed. The same one that is divided into three units: The First Unit includes the general aspects of the company. The Second Unit emphasizes to the entrepreneurship. The Third Unit describes clusters.

Chapter III, details the methods that were used for the present investigation, the population and sample, the operationalization of the variables, the techniques and instruments to compile information, the information processing, the analysis and interpretation of results and the Cross-check of the Hypothesis.

Chapter IV, develops the conclusions and recommendations, finally it will be possible to demonstrate the results to the raised problems at the beginning of the investigation. There is enclosed also the bibliography and the respective annexes of the investigation.

Reviewed by: Rodríguez, María

ENGLISH LANGUAGE TEACHER.



INTRODUCCIÓN

Para que la actividad emprendedora de una sociedad tenga un dinamismo adecuado, no solo es necesario tener personas altamente capacitadas, llenas de virtudes, habilidades que con el transcurso del tiempo cada individuo lo llega a poseer, sino más bien tener en cuenta el entorno macroeconómico y la cultura empresarial quienes serán factores fundamentales en su existencia. Siguiendo la literatura de GEM (2015), manifiesta que el Ecuador mantiene un alto espíritu emprendedor, teniendo conocimientos en temas como competitividad, innovación, desarrollo empresarial, que de una y otra manera son factores importantes que todo emprendedor necesita para el desarrollo, dentro del ecosistema empresarial.

La presente investigación hace referencia al nacimiento de la información de aquellos emprendimientos que contribuyen al crecimiento de los clústers existentes en la ciudad de Riobamba, para su interpretación y análisis sobre innovación y capacidad emprendedora que mantiene la ciudad dentro del campo empresarial. Así también, visualiza la capacidad emprendedora que posee los empresarios de la ciudad, con la finalidad de medir el rendimiento de innovación, tecnología en sus negocios.

CAPÍTULO I

1 MARCO REFERENCIAL

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Riobamba, se encuentra ubicada en el centro geográfico del país, en la cordillera de los Andes, a 2.750 msnm en el centro de la hoya de Chambo, rodeada de varios volcanes como el Chimborazo, el Tungurahua, el Altar y el Carihuairazo, también se lo conoce como: Cuna de la Nacionalidad Ecuatoriana, Sultana de los Andes, ciudad Bonita, ciudad de las Primicias, corazón de la Patria, es una de las ciudades donde su economía se basa en parte de la producción agrícola, industrias como: cerámica, cementeras, lácteos, madereros, molinerías, elaborados de la construcción, piezas automotrices, turismo, ensamblaje de computadoras, fabricación de hornos, techos, tubería, entre otros.

Según Nataly (2006), para que la actividad emprendedora se dinamice, no basta que las personas tengan valores y competencias para iniciar nuevos negocios; es importante visualizar los factores endógenos que aporten a un adecuado ecosistema, que esto a su vez generen una cultura empresarial de apoyo, si bien en Ecuador las métricas respecto de la actividad emprendedora temprana, del Monitor de Emprendimiento Global (2015), muestran que el ecuatoriano tiene un alto espíritu emprendedor, los índices globales en temas macroeconómicos, de competitividad y de innovación evidencian que el entorno está generando obstáculos permanentes al desarrollo de la actividad emprendedora.

Según el INEN (2010), “es necesario analizar el sector en que la mayoría de emprendimientos nacientes se desenvolvería, el cual corresponde a la pequeña y mediana empresa. Según el Censo Económico realizado en 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en Ecuador opera 541.889 establecimientos o negocios visibles, un 90% de ellos son las pequeñas y medianas

empresas (PYMES), generan un 65% del empleo productivo del país y aportan con el 24% al PIB”.

Según la Cámara de Comercio de la ciudad de Riobamba se encuentra establecida 700 empresas entre; pequeñas, medianas y grandes del sector comercial, servicio e industrial.

La carencia de expansión de unidades de negocios en la ciudad, ha venido generando una estrecha relación entre ellas, que con el lapso del tiempo se ha convertido en una rivalidad extrema en sus actividades emprendedoras, en consecuencia estos parámetros ha generado situaciones negativas para el sector productivo y social, dando énfasis a una escasa contribución en el crecimiento económico y la estabilidad de la ciudad, por lo cual estos parámetros son necesarios para la contribución económica y la competitividad en la región, de mantenerse estas situaciones esto podrían ocasionar pérdidas innumerable en los sectores productivos, incrementaría el desempleo, no aumentaría el nivel de generación de emprendimientos, para el desenvolvimiento adecuado del sector económico, conociendo que el emprendedor riobambeño, tiene la capacidad de generar, innovar y gestionar iniciativas que contribuyan al desarrollo productivo.

La evolución del clúster en la sociedad, guía a satisfacer las necesidades primordiales demandas por las unidades de negocios, que ha facilitado las relaciones comerciales entre empresas, sosteniendo una integridad económica entre ellas. Los sistemas clústers fortalecen a los actores que generan la actividad emprendedora aliadas a un solo régimen (asociaciones - gremios), de la manera de competir y mantenerse en los mercados locales y nacionales, así como gozar de una multitud de beneficios que poseen entre ellas.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son los emprendimientos que contribuyen en el crecimiento de clústers empresarial en la ciudad de Riobamba período 2010 al 2014?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar los emprendimientos que contribuyen en el crecimiento de clústers empresarial en la ciudad de Riobamba período 2010 al 2014.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Identificar a los actores que contribuyen en el crecimiento de clústers empresarial en la ciudad de Riobamba, período de análisis 2010 al 2014
- ✓ Realizar un diagnóstico situacional del emprendedurismo en la ciudad de Riobamba
- ✓ Describir la importancia del emprendimiento y su desarrollo en el mercado de la ciudad de Riobamba.

1.4 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

El propósito de esta investigación “emprendimientos que contribuyen en el crecimiento de clústers empresarial en la ciudad de Riobamba período 2010 al 2014”, analiza integralmente los emprendimientos que contribuyen al crecimiento y desarrollo del clúster en la ciudad.

El desarrollo de esta investigación refuerza la interacción comercial de las empresas entre ellas, incrementando la capacidad productividad del clúster e innovando procesos medibles de gestión. Esta investigación se orientada al sector productivo, con el propósito de establecer posibles lineamientos para la conformación de asociaciones, gremios que puedan solventar problemas existentes en el área como: la falta de inversión, el estancamiento de generar emprendimientos productivos y la falta de dinamización de sus negocios, dando a conocer que el emprendedor riobambeño posee todas las características y calidad que necesita un emprendedor exitoso.

El estudio de esta investigación permitió conocer los beneficios que mantiene la integración a un clústers, que descubrió el nacimiento de nuevas actividades emprendedoras dentro de la ciudad. Es así que esta investigación será de gran importancia en su desarrollo, para la obtención de conclusiones y recomendaciones, que nos ayudó a establecer lineamientos para la integración a nuevos clústers.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES

Se ha identificado trabajos similares ya realizados como por ejemplo: ESTUDIO DE LA COMPETITIVIDAD DE CLÚSTERES: EL CASO DE CLÚSTER TIC 22, donde esta investigación fue realizada en el País de España – Barcelona – Cataluña. Enero 2011. Realizado en la Universitat Politècnica de Catalunya. Escola Universitària Tècnica Industrial de Barcelona (UPC), Departamento de Organización de Empresas (OE), por Daniel Serret Álamo, cuyo objetivo es Contribuir al entendimiento del funcionamiento de los clústeres y su influencia en la competitividad de empresas en entornos dinámicos, donde se obtuvieron los siguientes resultados. Uno de los últimos ejemplos prácticos sobre creación de clústeres se ha producido en Skólkovo, localidad rural a 2 km. Al Oeste de Moscú, el llamado Silicon Valley ruso. En él, recientemente, Microsoft firmó un acuerdo para abrir un centro de I+D de software y apoyar a emprendedores rusos del sector, con lo que invertirá en el fomento y en el desarrollo del sector informático ruso. Con ello, queda clarificada la importancia hoy en día, de la iniciativa de una empresa potente dentro del clúster (áncora), cosa que en el caso del clúster TIC no ha existido. También es curioso que los primeros pasos que dan el Kremlin y Microsoft, sea potenciar el conocimiento para posteriormente atacar la economía, modelo que se ha echado en falta durante la evolución del clúster TIC.

Según Marcelo (2008), en su trabajo de investigación denominado CLUSTERS COMO MODELO PARA ALCANZAR LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD INDUSTRIAL EN EL ECUADOR, manifiesta que dentro de la implementación de los clústers en América Latina “ha venido experimentando un viraje estratégico sin precedentes desde los años treinta. En este camino, la región la región ha abandonado la estrategia de desarrollo hacia adentro, sustituyéndola por la estrategia de desarrollo hacia los mercados externos, donde el más importante actor de desarrollo es la empresa privada.

2.2 FUNDAMENTO LEGAL

La presente investigación se basada en los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir, lo cual mantiene una concordancia con el objetivo 9 que señala: garantizar el trabajo digno en todas sus formas, de la misma manera con el objetivo 8 que menciona: consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.

La presente investigación se consolido en los objetivos del Plan del Buen Vivir, debido a que las actividades emprendedoras (emprendimientos), son actores que dinamizan el desarrollo social y garantizan la estabilidad economía de un país, dando apertura a plaza de trabajo, que conlleva a sostener un sistema económico sostenible.

2.3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

a) CLÚSTERS

Salazar (1999), asesor del Ministerio de Comercio Exterior de Colombia, define los clústers como “agrupaciones de agentes económicos, que participan de una manera directa (cadena productiva) o indirecta (industrias relacionadas y de apoyo), en la creación de bienes finales. Los clústers son fábricas de competitividad, pues tienen tres características:

- ✓ Al estar organizadas alrededor de clientes y usos finales, enfocan mejor las necesidades de los clientes que son el corazón de la ventaja competitiva
- ✓ Crean mercados más eficientes y menores costos transnacionales (costos de búsqueda) para todos los jugadores del clústers y por ello dinamizan la productividad
- ✓ Son centros de innovación, simultáneamente por la extrema rivalidad que se da en algunas áreas y por la cooperación fluida que se da en otras”

Podemos decir que clústers son organizaciones de participación económica establecido en áreas geográficas, dando apertura a la competitividad económica en una sociedad y generando beneficios en común para la colectividad

Los clústers establecido de forma legal, darán a satisfacer necesidades que mantiene dichos sectores de mayor influencia económica, proponiendo en sus procesos productivos valores agregados, así contribuir al desarrollo económico de la ciudad.

b) EMPRENDIMIENTOS

Desde la formación emprendedora, se entiende el emprendimiento como un conjunto de competencia, que parte de la actitud de la persona, para captar oportunidades de su entorno, lo cual requiere un pensamiento sistemático, convertirlas en ideas innovadoras con base en su creatividad y generar proyectos productivos en diferentes campos, para beneficios propios y de su entorno. El proceso de formación emprendedora, comienza con la identificación del emprendimiento, luego sigue la orientación hacia diversas opciones, unas de las cuales es el empresarismo, por tanto, es bueno, tener en cuenta la existencia de una cátedra Emprendedora antes de una cátedra empresarial. (Reinoso & Uribe, 2013).

Siguiendo la literatura de Reinoso & Uribe (2013), los emprendimientos es el conjunto de capacidades habilidosas por parte del individuo, lo cual mantienen aptitudes de absorber oportunidades que se presenten en la sociedad, con motivos primordiales de satisfacer las necesidades de la colectividad, manteniendo beneficios, generando empleo, y satisfaciendo necesidades propias por parte de la persona emprendedora.

2.3.1

UNIDAD I

2.3.1.1 ¿Qué es empresa?

De acuerdo a la definición de García & Casanueva (2001), podemos decir que la empresa es un sistema social que nos cede la integración de personas y medios (materiales, financiamiento, marketing y tecnología), que nos permite ofrecer productos y/o prestaciones de servicios, para compensar la necesidades y deseos existentes de la sociedad, encaminados a conseguir los objetivos planteados, con el propósito de obtener a cambio un beneficio económico.

2.3.1.2 Características

Siguiendo la literatura de Rodríguez (2002), se menciona las características de la empresa:

✓ **Es una persona jurídica**

La empresa es una institución con derechos y obligaciones establecidas por la ley

✓ **Es una unidad económica**

La empresa mantiene una finalidad lucrativa, (su primordial objetivo es económico)

✓ **Ejerce una acción mercantil**

Compra para producir y produce para vender

✓ **Asume la total responsabilidad del riesgo de pérdida**

A través de su administración es la única responsable de la buena o mala marcha de la entidad, donde puede haber pérdidas o ganancias, éxitos o fracasos, desarrollo o estancamiento

✓ **Es una entidad social**

Su propósito es servir a la sociedad en la que está inmersa.

2.3.1.3 Elementos de la empresa

De acuerdo a Rodríguez (2002), se menciona a los elementos de las empresas. Para la creación de una empresa hay que tener en cuenta aquellos instrumentos necesarios para el correcto funcionamiento de su actividad habitual.

- ✓ Tierra
- ✓ Trabajo
- ✓ Capital.

La tierra. Como factor productivo ha sido un factor clave por muchos años. Podemos decir que por tierra no solo es la tierra agrícola, sino también la tierra urbanizada, los recursos mineros y los recursos naturales en general.

El trabajo. La empresa no puede funcionar sin el esfuerzo y la dedicación de sus colaboradores (trabajadores). Se entiende el conjunto de recursos producidos por la mano del hombre que se necesitan para fabricar bienes y servicios.

El capital. Se denomina así al conjunto de bienes o derechos que la empresa tiene y que se incluyen dentro de su patrimonio. El capital está formado tanto por los bienes inmuebles (fincas, solares, edificios, naves) como por los bienes muebles.

2.3.1.4 Organización

De acuerdo a Hurtado (2008), menciona que “es un conjunto de personas que se unen para un fin determinado, las cuales pueden ser legalmente constituidas (empresa) o en una reunión informal de un grupo de personas, siendo esta una organización informal” (p.59). Sabiendo que las empresas son organizaciones que mantiene un conjunto de elementos y personas, que requieren de una organización para plasmar y conseguir los objetivos planteados dentro de ella.

Toda organización necesita una estructura que permita el funcionamiento dentro de un sistema económico, además se menciona que la organización se entiende como un conjunto de reglas y normas de comportamiento, donde todos sus miembros

deben sujetarse a disposiciones de la empresa, con el propósito de tener una correcta funcionalidad y alcanzar aquellos objetivos determinados.

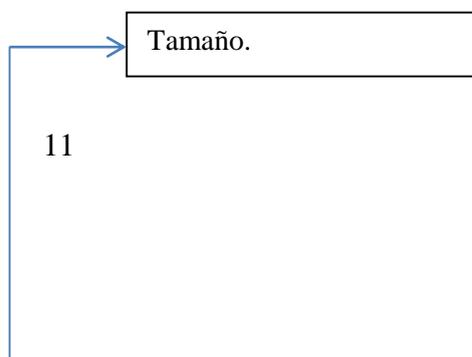
Es importante que las empresas tengan una considerada organización establecida, debido a que puedan alcanzar sus objetivos de manera satisfactoria, y a la vez contar con los recursos necesarios (económicos, humanos, tecnológicos y materiales) para cubrir necesidades existentes dentro de la sociedad y así poder alcanzar la misión de la empresa.

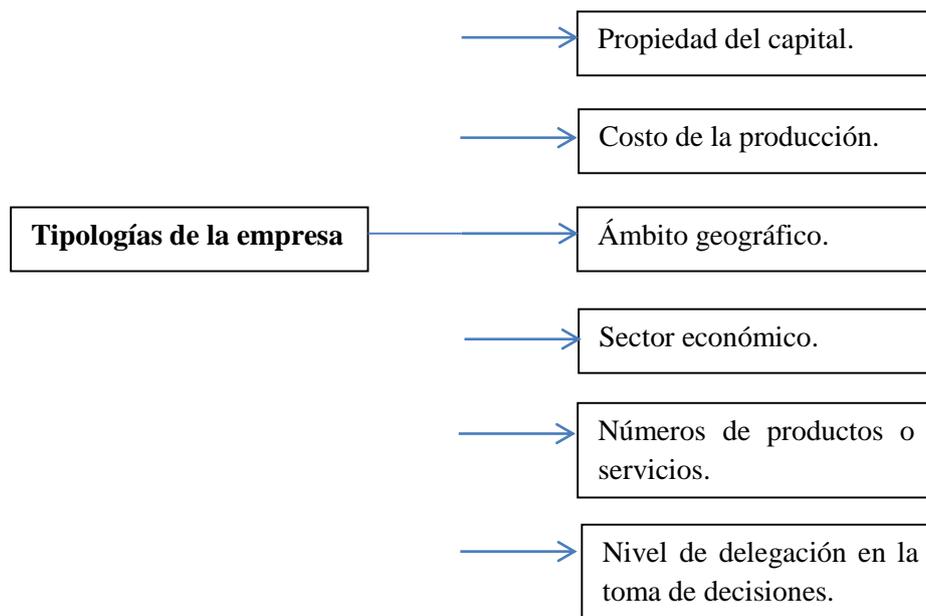
2.3.1.5 Tipologías

Gonzales (2014), menciona que la empresa es una entidad económica de carácter pública o privada, que está integrada por recursos (humanos, financieros, materiales y tecnológicos), que brinda la creación de bienes y/o servicios para satisfacción de necesidades de la sociedad, a cambio de una utilidad o beneficio económico.

Con el transcurso del tiempo las empresas han evolucionado en sus entornos comerciales, y a la vez esto ha generado que se puedan clasificarse de acuerdo a su naturaleza, actividad comercial, capital, capacidad de producción, ámbito geográfico, etc.

Gráfico N° 1. Tipologías de la empresa





Fuente: Gonzales (2014)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Según su tamaño

En realidad, se pueden usar parámetros muy diferentes para medir el tamaño de la empresa.

En función del número de trabajadores, se diferencia entre:

- ✓ Microempresas: Está formada por un número de trabajadores comprendido entre uno y cinco. Su dueño suele trabajar para sí mismo dentro de su establecimiento
- ✓ Pequeñas empresas: Tienen de seis a 50 trabajadores
- ✓ Empresas medianas: Cuentan con un número de trabajadores que está comprendido entre 51 y 500
- ✓ Grandes empresas.: Cuentan con más de 500 trabajadores.

Teniendo en cuenta que las empresas al clasificarse por su tamaño, todas ellas siguen un mismo objetivo que es el de maximizar sus utilidades, manejando sus ventajas competitivas que los hacen diferentes en su entorno comercial.

Según la propiedad del capital

- ✓ Cuando el capital para la creación de la empresa se aporta y está en manos privadas, estamos ante una empresa privada
- ✓ Si todo o parte del capital empresarial es propiedad del Estado, se dice que estamos ante una empresa pública
- ✓ Empresas mixtas son aquellas en las que el capital es en parte privado y en parte público.

El Estado suele crear empresas con dos finalidades

- ✓ Una de carácter mercantilista. A través de algunas de sus empresas se presenta en el mercado con el fin de competir y obtener beneficios
- ✓ En otras ocasiones busca cubrir necesidades básicas de la población.

Según el coste de la producción respecto al valor del artículo

Abancens (1994), manifiesta que el coste de la producción, de acuerdo a los elementos involucrados en su proceso.

- ✓ Capital intensivo
- ✓ Material intensivo
- ✓ Mano de obra intensiva.

El valor de la maquinaria, de la materia prima y de la mano de obra, respectivamente, representa un coste muy grande con relación al valor del artículo producido.

Según el ámbito geográfico de su actividad

- ✓ Empresas locales. Su actividad comercial está concentrada en la ciudad donde se constituyó
- ✓ Empresas nacionales. Su actividad comercial está concentrada a nivel nacional dentro de un país.

Empresas internacionales. Son aquellas que realizan sus actividades comerciales tanto de (importación y exportaciones), no solo en su país de origen, sino que también poseen oficinas y almacenes en otro país.

Según el sector económico al que pertenecen

- ✓ Empresas del sector primario. Son empresas cuya actividad principal se relaciona con la extracción de materia prima. Se incluyen aquí las dedicadas a la agricultura, ganadería, silvicultura, pesca y minería
- ✓ Empresas del sector secundario. Su actividad principal es la transformación de las materias primas (industrias)
- ✓ Empresas del sector terciario. La actividad de estas empresas se centra en la prestación de servicios. (peluquerías, reparaciones, empresas de transporte, empresas de comunicaciones, empresas comerciales, empresas de hostelería, turismo y espectáculos, financieras, información y medios de comunicación social), etc.

Según el número de bienes que producen o servicios que prestan

- ✓ Empresas Mono productoras. Se dedican a producir un único bien o servicio
- ✓ Empresas Multi productoras. Producen más de un bien o servicio.

Según la delegación existente en la toma de decisiones

Abancens (1994), manifiesta la existencia en la toma de decisiones.

- ✓ Empresas centralizadas. Son aquellas que concentran la toma de sus decisiones en algún o algunos órganos
- ✓ Empresas descentralizadas. Son aquellas que reparten la capacidad para la toma de decisiones entre diversos órganos de diferentes niveles jerárquicos.

2.3.1.6 Innovación

“La innovación es, entonces, cualquier cambio en la empresa que esta validad por el mercado, y la innovación tecnológica hace referencia cuando el cambio aceptado por el mercado tiene que ver con productos y procesos y éstos están relacionados con una determinada tecnología. La innovación se manifiesta en las empresas con la aparición de nuevos productos y servicios, en las incorporaciones de nuevas tecnologías, procesos productivos, prácticas de trabajo o formas de hacer negocios. Supone la generación de ideas nuevas, su implementación y absorción por parte de la empresa, y su final aceptación por el mercado, superando barreras culturales y organizaciones de diversas índoles. En consecuencia, la innovación se refiere a nuevos conocimientos que constituyen una prioridad competitiva, como una variable empresarial clave que asegure el éxito competitivo”. (Icard, 2011, p.111).

Según Icard (2011), manifiesta que la innovación es la capacidad de generar procesos continuos de cambios, romper paradigmas que suelen tener las empresas al enfrentarse en un entorno competitivo.

Es así que podemos decir, que la innovación es un mecanismo específico de los empresarios innovadores, que al aplicar este mecanismo genera una oportunidad de poder tener un negocio muy diferente, agregando una ventaja competitiva (plus), que nos hace diferente en un entorno comercial.

El de dotar de los recursos adecuados aporta en establecer procesos de mejoras continuas, y esto a la vez tener una capacidad de poder generar riqueza, dentro de la organización. La cultura del empresario es tener en mente la capacidad de poder generar un producto o servicio que tenga diferentes características que lo hará competitivo en su entorno.

2.3.1.7 Innovación y tecnología

De acuerdo a los avances tecnológicos que atraviesa el mundo, en los grandes procesos de cambio tecnológico acerca de información y comunicación, esto ha generado que las empresas impulsen cambios relevantes en su organización, procesos y producción para minimizar el riesgo y aumentar el desarrollo y bienestar de su organización, cubriendo todas aquellas necesidades de la sociedad.

Según Icard (2011), podemos manifestar a la innovación como un proceso de evolución de captar una idea de negocio, y transformarlos en productos o servicio vendible, a cambio de una contribución económica.

Dentro de estos procesos se encuentran involucrados aquellos establecimientos del sector público y privado, que mantiene una interacción primordial en las áreas de producción de (bienes y servicios), difusión (comunicación) y avances tecnológicos. En particular todas empresas tanto públicas y privadas, es esencial que dispongan de un sistema de ciencia y tecnología, de acuerdo a sus necesidades y capacidades que la empresa disponga.

La tecnología está inmersa en los procesos de innovación que facilita mejorar, adaptar los procesos de producción, con el objetivo de ofrecer productos o servicios de calidad, y estos a su vez cubiertos ventajas competitivas, permitiendo adaptar nuevos procesos científicos, tecnológicos, financieras y comerciales, que nos facilita la penetración de producto nuevos al mercado.

2.3.1.8 Innovación y empleo

Con el transcurso del tiempo la innovación, ha conllevado a nuevos senderos de superación y a la estabilidad económica en las personas.

De acuerdo a Heijs (2012), nos manifiesta que uno de los mecanismos de compensación básicos estaría basado en la creación de nuevos productos, que esto a su vez generaría nuevos puestos de empleo en los sectores productivos

emergentes. La creación de nuevos productos aumenta la variedad o calidad, abriendo nuevos mercados que implicarían un mayor nivel de producción y empleo.

Es decir, la creación de nuevas empresas o nuevos modelos de negocios contribuyen que las personas puedan integrarse a un entorno laboral competitivo, siendo estos procesos de empleo, donde las oportunidades de cambio radican en el esfuerzo humanístico de poder sobresalir de entornos emergentes, creando esto a su vez nuevas plaza de trabajo, que ayuden a que las familias gocen de su propio beneficio económico.

2.3.1.9 Innovación y desarrollo

El conocimiento de la innovación se ha introducido significativamente en procesos de mejoras dentro de la producción de un producto o servicio, esto a la vez ha manteniendo varios métodos de comercialización, tipo de organización dentro de la empresa.

Así, podemos decir que el desarrollo ayuda a un proceso de crecimiento, cambios organizaciones, estructuras, adaptando a estos nuevos procesos de producción, nuevos productos, incrementando oportunidades de crecimiento dentro del ecosistema económico.

Unas de las principales riquezas que han mantenido estos procesos, es que el conocimiento nos ha llevado al acierto de poder introducirnos a la investigación, y Desarrollo (I+D), con el propósito de generar patrimonios tangibles e intangibles que nos encamine hacia el desarrollo económico y social de una sociedad.

Investigadores como Murillo (2012), manifiesta que: “el éxito en el camino de desarrollo de los países depende en buena medida de la capacidad de gestionar el cambio tecnológico y aplicarlo a la producción, la explotación racional de recursos naturales, la salud, la alimentación, la educación y otros requerimientos sociales” (p.11).

Es decir, que la innovación ayuda a contribuir al desarrollo económico de un país, abarcando varias oportunidades de mercado, teniendo en cuenta las diversas capacidades que nos ayuda a focalizarnos en los procesos distintos de cambio, así como es la adaptación tecnológica en los canales de producción, conllevando a mantener las potencialidades de dichos países.

2.3.2

UNIDAD II

2.3.2.1 EMPRENDIMIENTOS

2.3.2.2 Concepto

Los emprendimientos es la capacidad del individuo que permite la creación de nuevos proyectos de negocios, adaptándolos a un sistema de innovación en sus productos o servicios ofertados, que a su vez tengan una ventaja competitiva (plus), que específicamente puedan generar ingresos económicos, con el propósito de cumplir sus objetivos, es decir la creación de una empresa.

Según Samaniego (2016), manifiesta que un “estudio de las Naciones Unidas plantea los beneficios asociados al emprendimiento para dejar atrás la pobreza e incrementar el bienestar de la población (ONU, 2004). Sin embargo, el proceso emprendedor plantea un conjunto de retos para las comunidades pobres que deben ser identificados y sobre esa base desplegar estrategias que den solución a los mismos con el fin de avanzar hacia la equidad de oportunidades para emprender con éxito”.

“Desde el concepto del Buen Vivir, la creación de nuevos emprendimientos contribuye a la generación de puestos de trabajo, al fomento y despliegue de las energías creativas de la sociedad. Acotando a esto, se tiene la declaratoria del gobierno del presidente Rafael Correa, en su discurso de posesión, donde se manifiesta que los próximos cuatro años de su gobierno están encaminados al cambio en la Matriz Productiva del país (Correa, 2013)”.

Los resultados del estudio GEM (1999), manifiestan que el nacimiento de empresas es de vital escala económica, ya que contribuye al aprovechamiento de las oportunidades de negocio, obteniendo como resultados el uso eficiente de los recursos y generando un mayor crecimiento económico en la sociedad.

El proceso del emprendedor se mide en un conjunto de desafíos identificada en un entorno de la sociedad, naciendo la necesidad de ser identificada por el emprendedor hace que pueda desarrollar sus estrategias que manifiesten soluciones a los mismo, con el propósito de mantener una equidad de oportunidades en el ámbito de emprender hacia el éxito.

El Reporte de GEM (2004), tiene como objetivo medir las iniciativas empresariales de entre 0 y 3,5 años en el mercado sobre la población de 18 a 64 años de un país, muestran que tres de cada cinco emprendedores en el mundo son emprendedores por oportunidad, mientras que, dos de cada cinco, lo hacen por necesidad.

El GEM (2013), identifica que, en el caso de América Latina y el Caribe, la Edad Temprana del Emprendimiento (TEA) media se sitúa en el 18,5%. En Ecuador aproximadamente unos de cada tres adultos realizan gestiones para crear un negocio o poseía uno que no superaba los 42 meses.

Según el INEC (2010), mediante sus indicadores económicos su población representa 225.7 mil habitantes (49.2% respecto a la provincia de Chimborazo, contando con una población Urbana de 64.8%, Rural 35.2%, con un porcentaje de mujeres del 52.7%, hombres 47.3%, y con un PEA, del 54.7% (50.3% de la PEA de la provincia de Chimborazo).

Según Samaniego (2016), manifiesta que los emprendimientos empresariales de la ciudad de Riobamba se considera que existe una falta importante de pertinencia social. Puesto que toda aquella necesidad no se pronuncia hacia una necesidad social.

En consecuencia, los emprendimientos empresariales en la ciudad en un gran porcentaje están establecidos hacia actividades comerciales relacionados con la venta de servicios y alimentos en poco tránsito con la vinculación a las necesidades de la sociedad.

Tabla N° 1. *Emprendimientos vinculados a la Cámara de Comercio de la ciudad de Riobamba.*

RAZON SOCIAL	FECHA DE INGRESO
HOVO HOGAR	04/01/2010
CONSULTORIA DE PLANIFICACIÓN Y CONSTRUCCIÓN	12/01/2010
BOUTIQUE BURDA	12/01/2010
TEXTIL MARIA	14/01/2010
PARABRISAS BAN BAN	25/01/2010
ONCOMEDIC	26/01/2010
SOCIEDAD AGRÍCOLA SANTA ANA	02/02/2010
TECNIDEPORTIVOS EL CAMPEON	04/02/2010
ORAL KID'S	04/02/2010
SISTEMA HIDRAULICO	04/02/2010
COFFE NET	27/02/2010
CARRINY SHOP	01/03/2010
LIBRERÍA JURIDICA "LA LEY"	01/03/2010
FERRETERIA MARTHITA	02/03/2010
ICOPLAST	03/03/2010
LATICO	03/03/2010
EASYSTEM	05/03/2010
CALZADO ZUÑIGA	05/03/2010
NATUVITAL	06/03/2010
CALZADO DIEGUITO	08/03/2010
COFECCIONES BILLTEX	09/03/2010
TRIBCONSER CIA LTDA	24/03/2010
PANIFICADORA SELECPAN	25/03/2010
OPTICA CHIMBORAZO	31/03/2010
BAZAR ELBITA	12/04/2010
ECUAMADERAS	13/04/2010
FERRETERIA SANTA ANITA	26/04/2010
COMERCIAL SOBRE RUEDAS	28/04/2010
FARMANOR	29/04/2010

POLLO TEJANO	30/04/2010
CARROCERIAS EUROBUSS	31/05/2010
TECNIBOOK	03/06/2010
MEGASEG	08/06/2010
MEGA OFERTAS	11/06/2010
TALLERES ROMMEL	11/06/2010
RINCON MANABITA	14/06/2010
TALLERES CAZORLA MECANICA EN GENERAL	17/06/2010
G&G ASESOR DE SEGUROS	23/06/2010
E. O. TOURISM & BUSINESS	30/06/2010
CLINICA MEDICA MODERNA	01/07/2010
COMERCIAL LEON	02/07/2010
FERRETERIA ISRAEL	05/07/2010
RODROZ CAR	21/07/2010
COMERCIAL ZARATE	28/07/2010
ELECTROCOMERCIAL MC	29/07/2010
SONY VISIÓN ELECTRÓNICA EN AUDIO Y VIDEO	02/08/2010
DIENASA	14/09/2010
PAGINAS DE ORO	19/10/2010
BAZAR OLYMPUS	16/11/2010
ARTESANIAS	12/04/2011
SSINELPRO	10/05/2011
PATRICIA GONZALEZ	26/05/2011
CODEOIL CIA.LTDA	05/07/2011
FERRETERIA CONFORT	21/07/2011
DISNAPA	22/08/2011
LENACC	25/08/2011
HORNOS ANDINO	03/09/2011
LIDO'S	14/09/2011
DISTRIBUIDORA EL PROGRESO	19/10/2011
PROCASA	27/01/2012
FERRETERIA AGUITA SANTA	31/01/2012
GUIVEMACO	07/02/2012
CONDUCTOS	13/02/2012
COMERCIAL SANTA ROSA	23/02/2012
ELECTRO SALDOS	27/02/2012
SUPERMERCADO AHÍ ES	29/02/2012
ALMACEN ARTE HOGAR	09/03/2012
KAMPAK WASI	13/03/2012
PROTECULTIVOS CIA.LTDA	20/03/2012

ORTOPRACTIC	22/03/2012
VENTA DE GAS	26/03/2012
CREANDO INTERNACIONAL	28/03/2012
DISTRIBUIDORA EDILIBRO	02/04/2012
CENTRO COMERCIAL CEVALLOS	04/04/2012
SUPER MARKET LAS ACACIAS	10/04/2012
M STORE	20/04/2012
COMPAÑÍA LIBERTADORES LIBERTAXIS S.A	18/05/2012
SIMETRIA CONSULTORES	31/05/2012
TELEHISPANA DE SERVICIOS CIA LTDA	18/06/2012
JARA SEGURIDAD JARASEG CIA LTDA	21/06/2012
DELTA SEGURIDAD PRIVADA DESEGRI CIA LTDA	28/06/2012
BOUTIQUE VALENTINA	11/07/2012
COMPAÑÍA DE SEGURIDAD SEGUCENTAURO CIA LTDA	16/07/2012
INTEGRAR	29/10/2012
VENTA DE ROPA	01/11/2012
EN BOGA TOURS	01/11/2012
VEGA SERVICIOS	05/11/2012
TOTALHOME	05/12/2012
CROMANG	07/01/2013
ALMACEN BEBITOS	22/01/2013
ALIMEJORSA	23/01/2013
FRUTICHOCOLATO	23/01/2013
HORMI VIAS	23/01/2013
MOCEPROSA	23/01/2013
NUVINAT	23/01/2013
THAO BY BAMBOO	01/04/2013
APTRONIK	17/05/2013
DITEXZA	25/07/2013
MUEBLERIA SU ECONOMIA	07/08/2013
AROSTEGUI & AROSTEGUI CIA.LTDA	23/08/2013
ABITARE SERVICIOS INMOBILIARIOS	04/09/2013
PROALIM	15/10/2013
MEGA ALFY MOTOCICLISMO TOTAL	17/10/2013
LE DUE SORELLE	07/11/2013
GONCOR	05/01/2014
AGENCIA DE PUBLICIDAD PLAN B	23/01/2014
DITELPRO CIA LTDA	17/02/2014
CENTRO ODONTOLOGICO GONZALEZ MUÑOZ	04/04/2014

BODEGAS ASITIMBAY MAYORISTA	15/07/2014
LEADERS TRAINING CENTER L.T.C IN ACTION	22/08/2014
COMTEX	23/09/2014
CLNIKA	20/10/2014
GPDATA SERVICIOS AMBIENTALES Y SEGURIDAD I	01/12/2014
REMAX INVERSION INMOBILIARIA	24/12/2014

Fuente: Cámara de Comercio de Riobamba

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Tabla N° 2. *Número de emprendimientos vinculados a la Cámara de Comercio de Riobamba por años.*

Año	N° Empresas
2010	49
2011	10
2012	29
2013	16
2014	10

Fuente: Cámara de Comercio de Riobamba

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Gráfico N° 2. *Número de empresas registradas a la Cámara de Comercio Riobamba por años*



Fuente: Tabla N° 2

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Las actividades económicas de la ciudad de Riobamba están conformadas de la siguiente manera:

Tabla N°3. *Población ocupada por rama de actividades*

Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	21,5%
Comercio al por mayor y menor	19,1%
Enseñanzas	9,8%
Industrias Manufactureras	9,3%
Administración pública y defensa	7,4%
Transporte y almacenamiento	6,2%
Construcción	6,0%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	3,7%
Actividades de los hogares como empleadores	3,6%
Actividades de atención de la salud humana	3,3%
Otros	10,1%
Total	100%

Fuente: INEC - Censo de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Denis A. Chucho M

2.3.2.3 Importancia del emprendimiento

Los emprendimientos en la actualidad, han ganado espacio en la sociedad, debido a la necesidad de las personas de poder alcanzar su propia estabilidad económica. El desempleo ha generado que las personas inicien sus propios negocios, con el propósito de poder tener sus ingresos propios, y de pasar de ser un empleado a ser un empleador. Con el transcurso del tiempo el emprendimiento ha encaminado a senderos de crecimiento económicos, generado la maximización de empleos para todas aquellas personas que mantenga una ideología de espíritu innovador, de difundir proyectos e ideas que transformen la situación económica, que esto a su vez logren posicionarse en el mercado y a la población.

2.3.2.4 Emprendimiento y empleo

Desde el concepto del Buen Vivir (2013-2017), la creación de nuevos emprendimientos contribuye a la generación de puestos de trabajo, al fomento y despliegue de las energías creativas de la sociedad. Los emprendimientos en el Ecuador han sido unos de los caminos visibles, para conquistar una vida estable, mediante los ingresos que estos generan en sus procesos de funcionamiento.

Con el nacimiento de diversos emprendimientos en la ciudad de Riobamba aquellos sectores tanto productivos, comerciales, servicios, manufactura, etc. Se ha constatado el nivel de apoyo que mantienen estos emprendimientos como un motor primordial para la dinamización económica de una sociedad, conjuntamente obteniendo diversas plazas de empleo.

Los emprendedores con visión futurista, son personas que mantienen un alto espíritu de confianza, positivismo, liderazgo, adaptabilidad entre otros, con el propósito de poder materializar sus anhelos en realidad, a la vez podemos mencionar que el emprendedor es un colectivo imprescindible para afrontar la salida de la crisis e iniciar la senda del crecimiento económico de una sociedad.

De la misma el generar una actividad económica en un espacio geográfico, aquellas actividades nos ayudan como un soporte de apoyo, para la disminución de índices de desempleo existentes en el Ecuador.

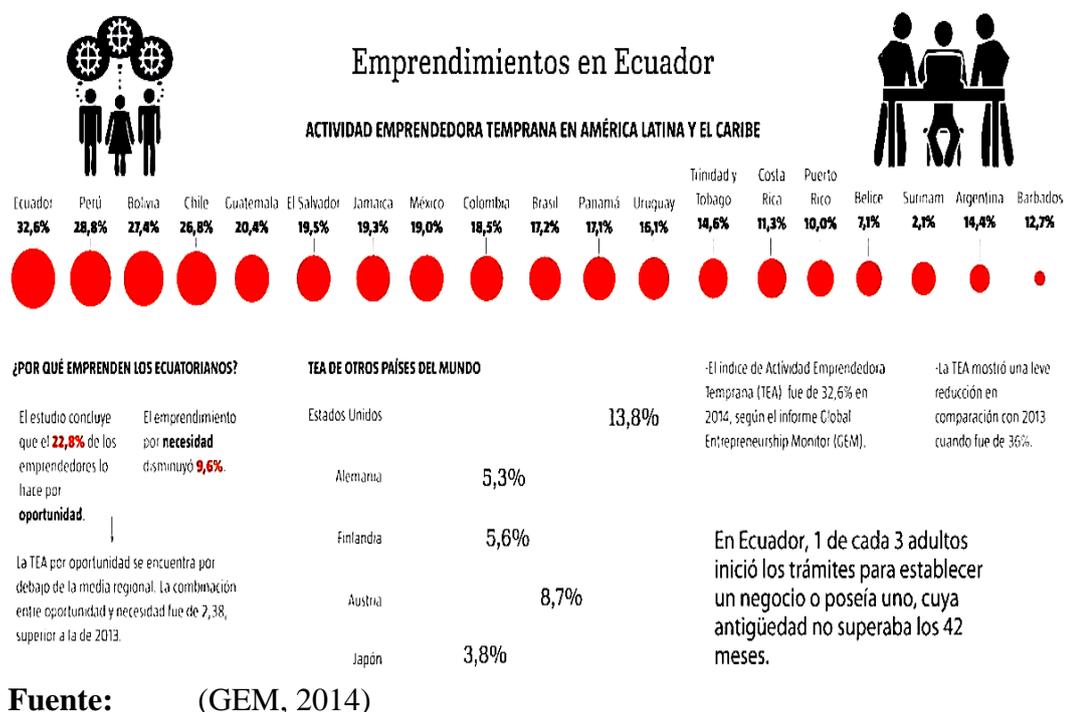
2.3.2.5 Por qué surgen los emprendimientos

De acuerdo a GEM (2014), manifiesta que los emprendimientos surgen por dos circunstancias que son: emprendimientos por oportunidad y los emprendimientos por necesidad.

Los emprendimientos por oportunidad son aquellos que visualizan oportunidades de mercado en un entorno comercial, que a su vez estas personas gocen de un trabajo, deciden introducirse con la creación de un negocio, con el objetivo de alcanzar mejores oportunidades de vida.

En cambio, los emprendimientos por necesidad son aquellos que están promovidos por una necesidad económica, que, al no tener una elección de trabajo, están involucrados a generar emprendimientos que sostengan su estabilidad económica, pero sin visualizar oportunidades de mercado.

Gráfico N° 4. ¿Por qué surgen los emprendimientos?



2.3.2.6 Emprendimientos como una alternativa al desempleo

De acuerdo al INEC (2010), manifiesta que el desempleo en el Ecuador registró una tasa de desempleo nacional de 4.77% en diciembre del 2015 en comparación al 3.80% que alcanzó en diciembre del 2014, un incremento de 0.97 puntos.

Investigadores como Castro (2011), manifiesta que “el emprendimiento permite reducir el desempleo y la informalidad partiendo de un cambio en la mentalidad” (p.2). Por lo cual los emprendimientos es la opción correcta como una alternativa al desempleo abarcando afrontar problemas económicos, por falta de un empleo. De la misma manera se presenta opciones de oportunidad para quienes, de a pesar posean un trabajo visualicen la oportunidad de generar un proyecto de negocio que resulte exitosa.

Debido a los índices de desempleo en el Ecuador, con el lapso del tiempo, los emprendimientos han demostrado ser una alternativa clave para el desarrollo

económico, justificándose ser una de las actividades de mayores beneficios económico, cooperante a la economía de la sociedad como al país.

2.3.2.7 Experiencia de emprendimiento en la provincia de Chimborazo, ciudad Riobamba

De acuerdo a la Cámara de Comercio de la ciudad de Riobamba, se ha identificado empresas ligadas a dicha institución, lo cual se ha permitido determinar la presente investigación. A continuación, se presenta las empresas encuestadas:

Tabla N° 4. *Lista de empresas encuestadas*

N°	NOMBRE DE LA EMPRESA	DIRECCIÓN
1	Mega Hogar	Chile y Carabobo
2	Bellas Artes	García Moreno y Guayaquil
3	Importadora Estrella	Pichincha y Chile
4	Comercial Vásquez	García Moreno y Olmedo
5	Plast Distribuciones	Colombia y Juan Montalvo
6	Comercial Santa Rosa	Chile y Rocafuerte
7	Asentribcon	5 de Junio y Pichincha
8	Almacén Cacha	Colombia y Juan Montalvo
9	Ferretería Sumak Wasi	Colombia y Juan Montalvo
10	Plástico el Monito	10 de Agosto 19-48 y Tarqui
11	Ohlins Taller de Motos	Diego de Ibarra 32-21 y Veloz
12	Ferretería la Rebaja	Av. Lizarzaburo y Baypas Norte
13	Crc Comunicaciones	10 de Agosto y Alvarado
14	Rio Market	Ayacucho y Tarqui
15	Impoeksa	Juan de Velasco y 10 de Agosto
16	Comercial Rojas	Ayacucho y 5 de Junio
17	Bitmor	5 de Junio y 10 de Agosto
18	Muebles Carmita	Tarqui y Argentinos
19	Cárnicos Charito	Tarqui y Argentinos
20	Mega Market Don Victorio	Tarqui y Junín
21	Muebles Marianita	Tarqui y Junín
22	Comercial Allí	Carabobo y Olmedo
23	Mundo Store	Colombia y Juan Montalvo
24	Astroria	Av. Carlos Zambrano y Reina Pacha

25	Centro de Terapias Alternativas	Gaspar de Villarroel y Rio Chanchan
26	Panadería la Avellana	Guayaquil y Colon
27	Carpas	Av. Lizarzaburo y Baypas Norte
28	Lilli Menting	Av. Daniel León Borja 43-40 y Autachi
29	Tecni Centro	Colombia 23-10 y Colon
30	Ropa de Niños y Niñas	Olmedo y Larrea
31	Body Percing	Guayaquil y Larrea
32	La casa de las gorras	Guayaquil y Carabobo
33	Comercial Yuquilema	Colombia y Rocafuerte
34	Jordan Novedades	Chile y Juan de Velasco
35	Viveres Sofi	Tarqui y Venalcarza
36	Helados de paila	Espejo y 10 de Agosto
37	Pies Traviesos	Espejo y 10 de Agosto
38	Panaderia la delicia	Guayaquil y 10 de Agosto
39	Migas y Miel	10 de Agosto y Av. Lizarzaburu
40	La obra distribuidores	Km3 las Abras
41	Alquiler de bienes inmuebles	Olmedo 22-30 y Espejo
42	Comercial Ruíz Catalina	Espejo 31-46 y 10 de Agosto
43	Edymelg	Av. de la prensa 25-15. Av Ganzalo Dávalos
44	Abastos Orden	10 de Agosto y Velasco
45	Panaderia de Vida	10 de Agosto y Benalcazar
46	Ferretería Maestro	10 de Agosto y Alvarado
47	Comercial Magda	Primera Constituyente y 10 de Agosto
48	Frigo Norte	Av. Baypas y Carabobo
49	Parqueadero Privado	Olmedo y Carabobo
50	Ferretería La Condamine	Colombia y Juan Montalvo
51	Peluquería Juanca Moreno	Av. Baypas Norte
52	Jugos Panchito	Olmedo y Espejo
53	Comercial Mishel	La Esperanza
54	Restaurant Michita	Olmedo y Espejo
55	Muebles Pablo	Ayacucho y Tarqui
56	Ferretería Israel	Junín 15-28 y Morona
57	Ferretería El Gasfitero	Villarroel y España
58	Ferretería Marthita	Guayaquil y Carabobo
59	La Casa del Chocolatero	5 de Junio y Gaspar de Villarroel
60	Pollería 1 (Santa Rosa)	Chile y Pichincha
61	Molinos Anita	Colombia y Rocafuerte
62	Zapatería Cristian	Av. Leopoldo Freire y Ámsterdam
63	Viveres Carmita	Av. Leopoldo Freire
64	Creaciones Mary	Av. Leopoldo Freire
65	Uniformes de la Policía Nacional	Calle España 2050 y Guayaquil

66	Viveres William	Viera y Av. Leopoldo Freire
67	Talleres Don Pato	Viera y Av. Leopoldo Freire
68	Alumivid	Av. Leopoldo Freire
69	Nuevo Estilo	Av. Leopoldo Freire
70	Mecánica Reino	Av. Leopoldo Freire
71	El Buen Sabor	Av. Leopoldo Freire
72	Riogurt	Paris y Av. Leopoldo Freire
73	Marcos Librería y Papelería	Av. Leopoldo Freire
74	Kikes Creaciones	Av. Leopoldo Freire
75	Distribuidores de Tejas	Caracas y Anto Fogasta
76	Plásticos	Caracas y Anto Fogasta
77	Plastimos	Anto Fogasta y Caracas
78	Agromas	Anto Fogosto
79	Lactios San José	Caracas y Anto Fogasta
80	Bolomejados Supro	Av. Leopoldo Freire y Caracas
81	Horno Hogar	Caracas y Anto Fogasta
82	Terceno Kathicita	Av. Leopoldo Freire
83	Agro Cento	Caracas y Anto Fogasta
84	Frigorifico Toro Pobre	Av. Leopoldo Freire
85	Oxigeno Gigantograficos	Cuba y Primera Constituyente
86	Doña Magalita	Almagro y Orozco
87	Basar Anillo	Orozco y Larea
88	Depósitos de Velas	Orozco y Larea
89	Encebollados Manaba	Caracas y Av. Leopoldo Freire
90	Distribuidora de Pañales	Av. Leopoldo Freire
91	Exipom	Caracas y Av. Leopoldo Freire
92	Hispano América	Rusia y Bulgaria
93	Comercial Joca	Villaruel y 5 de Junio
94	Agro Campo	Caracas y Anto Fogasta
95	Depósitos de Huevos	Mercado Mayorista
96	Taller de Lavadoras (carros)	Av. Leopoldo Freire
97	Cortimos	Loja y Primera Constituyente
98	Ferretería Diamante	Av. Milton Reyes y Saint Ammond
99	Rioempres Turist S.A	Av. Canonimos Ramos
100	Graiman	Av. Canonimos Ramos y Av. 11 de nov.
101	Ferro Hogar	Av. Canonimos Ramos
102	Confesiones Americanas	10 de agosto y espejo
103	Super Mercado Ahí es	Carabobo 1347 y Carondelet
104	Cárnicos San Pedro	Carabobo 1347 y Carondelet
105	Foco Norte	Av. De la prensa y Serquiquirola
106	Restaurant Aki me quedo	Guayaquil 22-27 y Espejo
107	Comercial Ruiz	Espejo entre Guayaquil y 10 de Agosto

108	Gráficas Ortiz León	5 de Junio y Villarroel
109	Talleres de Hornos Lincol	Argentinos 1627
110	Marylin Diseños	Olmedo 22-27 y Espejo
111	Mecánica RDS	Diagonal a la revisión vehicular ANT
112	Club Especial Formativo	Diagonal a la revisión vehicular ANT
113	Ñuca Llacta	Carabobo y Carondelet
114	Uniandes	Colombia y Juan Montalvo
115	Almacén Pecuario	Carabobo y Carondelet
116	Fertiza	Colombia y Juan Montalvo
117	Importadora Andina	Av. Daniel León Borja y la 44
118	Lavadora y Lubricadora	Av. Saint Ammond
119	Pollos La Promoción	Av. 11 de Noviembre
120	Panadería Santa Faz	Av. 11 de Noviembre
121	Ediciones Coquito	Espejo 21-20 y Guayaquil
122	Samuray Fight	Cordobés y Antonio José de Sucre
123	Decorakavados	Orozco 28-38 t Rocafuerte
124	Fábrica textil Mil Colores	Cordobés y Antonio José de Sucre
125	Creaciones Gabys	Guayaquil y Espejo
126	Ferretería Santillas	Espejo y Guayaquil
127	Distribuidora Diopor S.A	La Havana y Av. Circunvalación
128	Comercial Rivera	Guayaquil y Espejo
129	Mundo Natura	Rocafuerte entre Chile y Villarroel
130	Plastiloz	Espejo y Guayaquil
131	Comercial Dallis	Villarroel y Colon
132	Pollos Superior	Guayaquil y Espejo
133	Viveres Estefi	Guayaquil y Espejo
134	Mis Medias	Colon y Veloz
135	Comercial Don Barato	Colon 23-37 y Veloz Esquina
136	Keizcian Novedades	Colon y 10 de Agosto
137	Heladería Mickos	Av. Lizarzaburo Rio Cutuchi
138	Creaciones Romis	Av. Bay Pas Norte
139	Supé Despensas Aki	Parque Industrial
140	Plasti Alex	Guayaquil y Colon
141	Comercial Anita	Guayaquil y Colon
142	Carmitas	Villarroel 20-62 y 5 de Junio
143	Frutas y Más	Carabobo y Carondelet
144	Lavadora y Lubricadora el Gato	Av. Circunvalación
145	Kampak Wasi	Vía San Luis y Juan Feliz Proaño y Andorra
146	Ecuamaderas	Parque Industrial, Bogotá y Av. Circun.
147	Mecánica de Precisión	Febres Cordero y Vicente Rocafuerte
148	Mecánica Llanga	24 de Mayo y Panamericana Sur

149	Muebles de Acero Viteri	Evangelista calero 1 cuadra del Secap
150	Jael'd Muebles	Yaruquies, San Vicente Calle Principal
151	Mgr	Orozco 19-59 y Tarqui
152	Heladería Iglu	Pichincha 21-11 y Guayaquil
153	Mac Graffin Cía. Ltda.	Mariano Eguez 1101 y Sucre
154	Muebles Luis Xv	10 de Agosto 25-29 y España
155	Almacén Iman	10 de Agosto 26-69 y Pichincha Esq.
156	El Crack	Veloz 23-66 y Larrea
157	Plásticos Dianita	Tarqui 26-32 y Argentinos
158	Tupperware	Auto modelo Sur Pasaje 2 Casa 3

Fuente: Investigación de campo (Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

2.3.3

UNIDAD III

2.3.3.1 CLÚSTERS

2.3.3.2 Concepto

De acuerdo a Martí (2013), manifiesta que: un clústers es una “concentración geográfica de empresas interconectadas, proveedores especializados, empresas de servicios y agentes de apoyo en un ámbito determinado, en el que compiten, pero además cooperan”. Por lo tanto, un clústers es una agrupación de empresa ubicadas en un espacio geográfico, estas pueden ser empresas proveedoras, servicios, industrias, comerciales perfilados a mejorar la competitividad pero al mismo tiempo aumentar la eficiencia, y la innovación de sus industrias con el propósito de impulsar la economía de su región (p. 13).

De acuerdo a Martí (2013), manifiesta que “el concepto de clúster para nosotros es una forma de trabajar, no es una marca. Si aquellos proyectos colectivos que se hacen llamar clústers no ayudan a mejorar la competitividad de las empresas, la palabra clúster queda vacía. Un clúster es una forma de trabajar con empresas del mismo negocio, para poder detectar cuáles son las estrategias ganadoras que pueden seguir estas empresas y ayudarlas a implementarlas en proyectos. Si eso se hace bien, el clúster es útil para que estas empresas mejoren su posición competitiva” (p. 15).

Entonces podemos decir, aquellos clústers que estén bien establecidos darán a satisfacer ciertas necesidades que mantiene dichos sectores de mayor influencia económico, proponiendo así en sus procesos un valor agregado al producto final que se va a ofertar. Para entender mejor su concepto, a continuación, se detalla los términos que se asemejan a un clústers:

Aglomeraciones: conjunto de empresas productoras dedicadas a la elaboración de un bien o servicios, concentradas en un espacio geográfico, que desarrollan estrategias para conseguir el objetivo planteado.

Maquilas: consiste en la confección o ensamblaje de productos con piezas elaboradas e importadas, es decir que una empresa maquiladora consiste en importar materiales sin pagar impuestos (aranceles), que esto a su vez el producto terminado será comercializado en el país de origen de la materia prima.

Asociaciones: agrupación de dos o más empresas que de una y otra manera colaboran en la cadena productiva, con el fin de establecer relaciones comerciales entre ellas, persiguiendo un objetivo común.

Distritos Industriales: para Marshall (1890), manifiesta que las concentraciones son sectores especializados en una localidad específica.

Tejido Empresarial: siguiendo la literatura de (Tamayo & Piñeros, 2007) podemos mencionar que el desarrollo importante sobre el tejido empresarial es el crecimiento económico que permiten realizar el capital humano empresarial de una empresa, proporcionando la capacidad emprendedora y sus habilidades conllevando a convertirse en empresarios exitosos.

2.3.3.3 Antecedentes

Dentro del sistema económico los clústers, aglomeraciones, distritos industriales, asociaciones y maquilas, se pueden identificar con estrategias que soporta a un fortalecimiento de las estructuras de comercialización, obtenido así que las empresas tengan un entorno desarrollado y puedan cumplir sus objetivos planteados, lo que individualmente no pueden conseguir, en mercados de mayor competitividad.

Según Marcelo (2008), en su trabajo de investigación denominado CLUSTERS COMO MODELO PARA ALCANZAR LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD INDUSTRIAL EN EL ECUADOR, manifiesta que dentro de la implementación de los clústers en América Latina.

✓ *“Ha venido experimentando un viraje estratégico sin precedentes desde los años treinta. En este camino, la región ha abandonado la estrategia de desarrollo hacia adentro, sustituyéndola por la estrategia de desarrollo hacia los mercados externos, donde el más importante actor de desarrollo es la empresa privada*

✓ *Entre la variedad de estrategias posibles, una de las más viables para enfrentar la competencia derivada de las aperturas económicas, es el esquema de asociatividad de los Clústers. Estos constituyen un tipo de ámbito competitivo donde las interacciones entre las pequeñas y medianas empresas facilitan la existencia de una gran rivalidad y diversidad competitiva de forma que los resultados son altamente competitivos para el conjunto.*

✓ *América Latina comparte un mismo reto que se visualiza de mejor manera conforme avanza la globalización económica y comercial, es por eso que los clústers se constituyen en la estrategia que posibilitaría el mejoramiento de la competitividad de las empresas y la región” (p.30).*

De acuerdo a Guerrero (2015), manifiesta que “la necesidad de transformar la matriz productiva de la provincia de Chimborazo es evidente y no admite demora, más aún en la situación de bajo crecimiento económico y potencial de crecimiento del empleo, según lo indican organismos internacionales como la CEPAL, el FMI, el Banco Mundial (BM) y, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) e inclusive las propias proyecciones del Banco Central del Ecuador (BCE)” (p.20).

De la misma manera a las “Redes de pequeñas empresas y cadenas productivas”, es de fundamental importancia dar el apoyo continuo, con el propósito de originar el empleo y aumentar los ingresos de la población. Manteniendo la oportunidad de aprovechar todas las ventajas competitivas, que nos permitirá visualizar el crecimiento económico local y provincial y mantener un proceso de aceleración en las asociaciones que promuevan la consolidación productiva de nuestra ciudad.

2.3.3.4 Origen de los Clústers

Según Arcos (2008), nos enseña que, “la estructura del sistema económico internacional que se estableció desde el final de la segunda guerra mundial, dejó como resultado un mundo bipolar, que ha procurado el desarrollo internacional del comercio como el eje más importante de crecimiento de los países y la sociedad” (p.11).

Claudio (2008), de la misma manera manifiesta que, “una vez que encontró el fin de un período como fue el de la guerra fría (1947-1991), con mucha incidencia en los frentes de las relaciones internacionales, el político, el económico, el comunicacional y en alguna forma el militar, se convirtió en un sistema unipolar, en el cual la competitividad ha llegado a ser la condición fundamental para ingresar en el contexto internacional de desarrollo económico, que enfrenta procesos de globalización financiera, comercial, comunicacional, empresarial y regional, todos como sistemas de integración comercial que deben ser discutidos y analizados profundamente por las economías en vías de desarrollo que necesitan encontrar otras herramientas y estrategias que les permitan dar pasos más rápidos y seguros en su búsqueda de competitividad internacional” (p.11).

La evolución del sistema clústers, dentro de un ambiente económico, ha producido cambios muy rápidos desde la segunda guerra mundial en el sector de la productividad y competitividad, debido a factores externos como la globalización. Provocando desarrollar nuevas políticas para el buen desempeño en los mercados altamente competitivos que las empresas están aliadas. Los clústers mantienen un sistema de apoyo, ayudando a incrementar la productividad y la competitividad entre las empresas que estees ligadas a sectores productivos, manteniendo a la vez una gran capacidad de innovación, que esto a su vez permite la creación de nuevas compañías.

La asociación puede ayudar a facilitar el acceso a recursos especializados como maquinarias, servicios empresariales, talento humano, que en una forma organizativa puede convertirse en un instrumento más eficiente.

Según estudios realizados por Claudio (2008), manifiesta que “en Italia, Lombardía se ha constituido en un verdadero motor de desarrollo económico para el país. Lombardía tiene una población de 9 millones de habitantes y contribuye con el 21% del PIB aproximadamente. El desarrollo de un clústers industrial y comercial, responsable del 30% de las exportaciones de Italia, le ha permitido mejorar la calidad de vida de sus pobladores de manera que su PIB per cápita se encuentra 30% por sobre el promedio de toda Italia. La experiencia italiana enseña que en las regiones que cuentan con empresas motoras y centros de servicios adecuados (clústers), como es el caso de Lombardía, presentan superiores condiciones para desarrollar estrategias de internacionalización de los distritos industriales” (p.23).

2.3.3.5 Los sistemas clústers en la industria

El nuevo cambio mundial de la globalización enfatiza a adoptar grandes cambios en la organización de las empresas, generalmente a los vinculados por una integración del entorno local, nacional e internacional. Todas aquellas organizaciones productivas que no tomen conciencia de estos cambios inesperados que requiere, los mundos exteriores estarán condenadas a no lograr romper sus paradigmas, no llegar a cumplir los objetivos planteados, y adaptarse a un manejo de la organización empírica, que de forma inmediata el mercado global lo requiere.

Podemos definir a una empresa como una organización, unidad económica dedicada a la producción de bienes y servicios, por lo cual los factores externos obligan a las empresas, a recurrir a los cambios de forma oportuna y a tiempo, dando a conocer que el proceso de la producción de una empresa, requiere de varias etapas distintas con el propósito de obtener el bien o servicio final.

Dentro del sistema de los clústers podemos mencionar fundamentos económicos, que están aliadas a un sistema productivo, como decisiones de integración o especialización. Para conocer más a profundidad daremos a conocer tres aspectos importantes de las integraciones dentro de un sistema de clústers.

Investigadores como Tamayo & Piñeros (2007), manifiestan que la integración está constituida dentro del sistema clústers por la integración vertical y horizontal.

Integración Vertical

Investigadores como Tamayo & Piñeros (2007), manifiesta que la integración vertical es “la incorporación, en la acción productiva de la empresa, de nuevas actividades complementarias relacionadas con el bien o el servicio, tanto por encima de la cadena (upstream) como por debajo de la cadena (downstream), con el fin de lograr eficiencias productivas asociadas a la disminución en los costos de producción y de transacción, al control de suministros y la mayor calidad del bien o servicio para el consumidor final” (p.33).

De esta forma podemos mencionar que la integración vertical está situada en una sola etapa de cadena productiva, acerca de la producción del bien o servicios que oferten a una sociedad, en consecuencia, una empresa está ligada a una integración vertical siempre y cuando su cadena productiva forma parte y participa en alguna de las fases de producción de distintas integraciones empresariales, donde podemos decir que la integración vertical depende del grado de participación de las empresas en los procesos de la cadena productiva indistintamente el espacio geográfico o del entorno que posee. De la misma manera podemos mencionar que los investigadores manifiestan que la integración vertical se clasifica en los siguientes aspectos:

Clases de integración vertical

La literatura de Tamayo & Piñeros (2007), enfatiza a tres clases principales de integración vertical al interior de una empresa. Además, la literatura manifiesta que la mezcla de estas tres clases dependerá de factores externos: el bien o servicio que

se está ofreciendo a la sociedad, su base estructural y rendimiento sobre las empresas competidoras.

Integración vertical hacia atrás

Los investigadores de la literatura hacen énfasis a lo siguiente: este tipo de integración vertical hace referencia a la conexión de actividades que se localizan hacia arriba de la cadena productiva de la empresa. Integrarse a este tipo de sistema, manifiesta el poder de posesión sobre los factores que permiten producir dentro de una empresa. Estos tipos de integración conllevan a un beneficio para las distintas empresas, por motivos de que facilita el acceso de los suministros de materias primas de los proveedores a la empresa.

Integración vertical hacia delante

Estos tipos de integración permite la inclusión dentro de la empresa de las distintas actividades, ubicadas en un escalón por debajo dentro de la cadena productiva. Con el propósito de mejorar la obtención de sus recursos económicos, y tener el acceso oportuno de poder hacer llegar el producto al consumidor final. De la misma forma enfatiza a las principales actividades de comercialización, y distribución del bien o servicio terminado, donde se puede tener un proceso de personalización en atención al cliente y tener el conocimiento necesario de los consumidores permitiendo la diferenciación de las empresas frente a la competencia.

Integración vertical afilada

Investigadores como Malburg (2000) publicado en Tamayo & Piñeros (2007), hace referencia a la “integración que permite instaurar una amenaza hacia los

proveedores por medio de la producción dentro de la empresa de suministros claves del proceso productivo” (p.35), esto quiere decir que solo se desarrollara una parte mínima de la producción total, dejando así el resto al mercado. Así, como Tamayo & Piñeros (2007), nos manifiesta que esta acción se convierte en una amenaza y a la vez una condicionante para los proveedores que no deseen cooperar con la empresa aliadas, aspecto que se debilita más, si la empresa en cuestión tiene poder de mercado.

Integración Horizontal

Podemos mencionar que este tipo de integración hace referencia a la asociación de dos o más empresas productoras dedicadas a la fabricación de un mismo bien, con el propósito de abarcar un mercado global y constituirlo en una organización única. La integración horizontal se diferencia de la integración vertical en cuanto la primera involucra empresas que son directas competidoras, mientras que la segunda, involucra empresas que producen en diferentes etapas de la producción en la misma industria. Tamayo & Piñeros (2007).

2.3.3.6 El estudio de los clústers

La literatura de los clústers industriales se origina de dos vertientes. En la primera podemos identificar los casos de estudios exitosos, tratando de visualizar los factores específicos que ha guiado al éxito. En la segunda vertiente, la teoría en un conjunto de variables que promueven la concentración de empresas en una región geográfica determinada.

Mediante la literatura se ha identificado investigaciones de campo denominado: Factores de éxito en las aglomeraciones de calzado, realizado por Pena (2015), mediante lo cual el autor ha tratado de buscar las razones específicas, las cuales estos clústers han surgido en espacio geográfico, además manifiesta que para la realización de este estudio se tomó como muestra cuatro aglomeraciones en la industria del calzado, que se encuentran en el ranking de los 10 países con más

participación en el mercado global de producción de calzado según el Footwear (2011).

Wenzhou (China) Clústers, Geográficamente está ubicado en el suroriente de la provincia de Zhejiang, antes de la reforma Wenzhou era una de la región más pobre del este de China, tierra para agricultura, pobre acceso a las ciudades, poco apoyo del gobierno, después de la reforma de los 70`s algunas industrias llegaron a la región, pasando hacer unas de las aglomeraciones más importantes de China. Wenzhou como lugar de nacimiento de la industria del calzado tiene historia desde antes del 422 D.C. (World Bank. 2010), durante la dinastía de Ming (1368-1644) fue reconocida por su calidad y producía calzado para la familia real (Huang Zhang Y Zhu. 2007, p. 11) el desarrollo de la producción de calzado empezó entre el año de 1900 y 1910.

Principales Impulsadores del Clústers

- ✓ La Dinámica de la red de la producción local y conexión reflejada en la asociación de la industria local
- ✓ El tiempo de escolaridad de los propietarios aumento de la mano del nivel de la educación en la región, generando capacidades importantes en todos los niveles de la cadena productiva
- ✓ La entrada a nuevos actores facilitó la llegada de experiencia de otras regiones. Numerosos residentes dejaron Wenzhou donde fueron expuestos a información de mercados para la creación de empresas.

Paralelamente las empresas de la industria del calzado han conformado una asociación con 1138 miembros con 26 sucursales. (World Bank, 2010). Además, las producciones de calzado de estas asociaciones consisten en cinco factores claves: producción de cuero, producción de suela, decoración de calzado, terminado y maquinaria para calzado (World Bank, 2010).

Conclusiones Parciales:

- ✓ El Estado creó políticas necesarias para generar un ambiente adecuado para la consolidación de los clústers, llegada de grandes marcas, y mecanismos para fortalecer el tejido empresarial de la región
- ✓ La propiedad colectiva de algunas empresas jugó un papel importante
- ✓ Se logró con satisfacción superar adversidades de infraestructura, los impulsos a una cultura regional, promover el emprendimiento, tomar riesgos, trabajo duro y compañerismo
- ✓ Desafiar obstáculos y aprovechar las oportunidades, en el momento del incremento de la demanda lograron atenderlo satisfactoriamente.

Clústers de León (Guanajuato)

El clústers está ubicado en la ciudad de León en el estado de Guanajuato México, alberga uno de los clústers industriales de piel y calzado más grande e importantes del mundo. Desde el siglo XVII se tiene registro zapatero (Morales, Luna y Ayala, 2010, p.2). Durante la segunda guerra mundial, en los años setenta se crean una serie de asociaciones de calzado y la creación de nuevas fábricas, que afrontaron tres crisis económicas que obligaron a muchas empresas a cerrar, pero León se mantuvo como principal productora de calzado (Hernández, 2009, p.25).

Principales Impulsadores del Clústers

- ✓ Los empresarios fundadores que no son originarios de esta región de León, escogieron esta región por la cercanía a proveedores y la facilidad para contratar mano de obra calificada, dada la tradición histórica de la región
- ✓ La cercanía de la demanda local, con ciudades fuertes de desarrollo industrial y alto nivel adquisitivo
- ✓ Fuertes encadenamientos productivos como las curtidoras locales y regionales.

La producción de calzado en Guanajuato tiene como producto dominante del calzado de hombre y niño, donde se encuentran el 49.6% de las empresas dedicadas

a la producción en México. Oficialmente se encuentran 675 fábricas de calzado relacionadas con proveedores, materias primas, materiales indirectos, canales de distribución y transporte (Noyola, 2012, p 6.)

En Guanajuato la industria de calzado genera 69000 empleos y la cadena de Cuero-Calzado- Proveeduría en su conjunto 130000 empleos, se encuentran también además con el respaldo de los tres órdenes de gobierno para el desarrollo de estrategias de forma conjunta (Ciceg, 2014).

Conclusiones Parciales:

✓ La competitividad empresarial depende más de los servicios de innovación, comercialización y marketing que los activos físicos en el proceso de producción (Hernández, 2009, p 25)

✓ El desplazamiento de las importaciones mexicanas por las chinas ha golpeado duramente al sector, que han sido acompañadas con prácticas de competencia desleal y contrabando

✓ Se presentan buenas habilidades de ingeniería de producto, con dificultades en el ajuste a los estándares internacionales en calces y hormas Adicionalmente se evidencia falta de especialización en el tipo y línea de calzado. (Contreras, etal, 2010, p.20).

Clústers El Valle de Sinos (Brasil)

En los Valhes de Paranhana y de Cai, se concentran las instituciones de enseñanza técnica y los centros de investigación y asistencia tecnológica, en el Valle de Sinos está el clústers de calzado femenino (De Arteche, Santucci y Welsh. 2013, p.8). La industria de calzado en el Valle de Sinos está íntimamente ligada a los inmigrantes alemanes que se establecieron en esta área en 1824 y el acceso al cuero, subproducto de relativa abundancia (Da Costa, 2010, p.63).

Principales Impulsadores de los Clústers

- ✓ El nivel de desarrollo en sus propios canales de marketing
- ✓ La promoción de la marca “Hecho en Brasil”
- ✓ La presencia en feria internacionales
- ✓ El desarrollo de diseños propios
- ✓ Ventajas competitivas basada en precios
- ✓ Surgimiento de competidores en los mercados internacionales.

Para el año 2002 la producción de calzado llego a 516 mil millones de pares ubicándolo en el tercer lugar a nivel mundial, aun cuando la mayor parte se quedaba en el mercado nacional (De Souza, et al, 2002, p.3).

El sector del calzado desempeña un papel importante en la economía brasileña en cuanto a la generación de empleos e ingresos, pero lo que más llama la atención es que más del 80% de la producción de calzado del país proviene de este clústers.

En el año 1999 se encontraban 2749 empresas de calzado y el número de empleados en estas compañías era 126,941(Bazan et al, 2003, p. 5). Se identificaron en el 2005 en esa actividad 298.659 trabajadores distribuidos en 11% microempresas, 22.6% pequeñas 26.4% mediana y 40% en grandes empresas en 9.032 establecimiento distribuidos en 77.7% microempresas, 17% pequeñas empresas 4.3% mediana empresa y el 1% grande empresa (Da Costa, 2010, p.71).

Conclusiones Parciales

- ✓ La industria del calzado en esta área geográfica se ve afectada principalmente por el siguiente surgimiento de los competidores internacionales, dado que la competitividad del sector estaba dada principalmente por el precio (Da Costa, 2010, p.71), que obligan a cambiar su estructura para la creación del valor y ventajas competitivas orientadas al diseño y marca propios, venta directa al consumidor final y producción a escala
- ✓ Se presenta un importante desarrollo en capacidades tecnológicas y diseño, que le ha permitido competir en los mercados globales.

Distrito Industrial De Montebelluna (Italia)

Este distrito de calzado italiano objeto de estudio es Sport System di Montebelluna ubicado en la región de Veneto con una población estimada de 4,7 millones, el distrito cuenta con una extensión aproximada de 553 km². (Competitiveness, 2006, p.15), su producción inicia con botas de montaña y botas de esquí que son impulsadas por los juegos olímpicos, creciendo de forma considerable la demanda que pasa en 1963 de 180.000 pares a 700.000 pares en 1969.

Principales Impulsadores del Distrito Industrial

- ✓ En 1970 con la llegada de un personaje de Estados Unidos de Norte América, Bob Lange, con un revolucionario concepto de producir una bota de sky en un material sintético especial (Pistani, y Boemi, 2001, p.2)
- ✓ Legislación Favorable a empresas menores, a través del diseño de un marco normativo que facilito el surgimiento de políticas industriales particulares a cada uno de los distritos (Becattini, 2002, p.97)
- ✓ El crecimiento de los ingresos, la popularidad del sky, el éxito del equipo italiano de sky y los medios de comunicación. Aceleran enormemente el consumo de las botas del sky (Pistani y Boemi, 2001, p.4).

Es importante mencionar el modelo de desarrollo a través de los distritos industriales ha abierto un nuevo camino para el desarrollo de las mediana y grandes empresas, análogo al modelo fordista de producción a gran escala (Sánchez, 2008, p.2). En Italia el sector textil, ropa y cuero tiene un nivel de participación del 11% en las exportaciones (Meyer, 2011, p 11), los distritos industriales son las bases fundamentales para el desarrollo de la economía italiana, desde hace más de cinco décadas, en la actualidad se han identificado más de 200 distritos, de los cuales son de piel, cuero y de calzado (Becattini, 2002, p 96).

Conclusiones Parciales

- ✓ Los distritos son el modelo de desarrollo que ha sido la base del crecimiento económico en Italia. El distrito italiano de Montebelluna se encuentra altamente especializado con su producción, caracterizado en el valor agregado, colaboración entre las Pymes y el desarrollo de redes (Meyer, 201, p 34).

Conclusiones

Mediante investigadores como (Pena, A, 2015; p.269) concluye que: “La importancia que juegan los líderes regionales para fomentar el emprendimiento, la competencia y la colaboración es un factor común entre las diferentes aglomeraciones de la industria del calzado, y ha impactado de forma directa en el nivel de desarrollo de la aglomeración, lo cual está relacionada con la cultura regional”.

Además, nos señale que “La educación en las aglomeraciones impacta en su nivel de desarrollo facilitando la implementación de diferentes herramientas gerenciales unas orientadas hacia el mejoramiento de sus prácticas gerenciales, mercados y la innovación, como resultado de la generación de capacidades en las regiones donde se encuentran dicha aglomeraciones”.

2.3.3.7 Su conformación

De acuerdo a la literatura, podemos mencionar que las pequeñas y medianas empresas (PYMES), es el motor fundamental que una economía de un lugar geográfico necesita, para poder contribuir en un cierto grado para su desarrollo social, adaptándose a cambios inesperados que las empresas lo requieren.

OBJETIVO DE LOS CLÚSTERS

De acuerdo a Millán (2014), menciona a los objetivos del clúster:

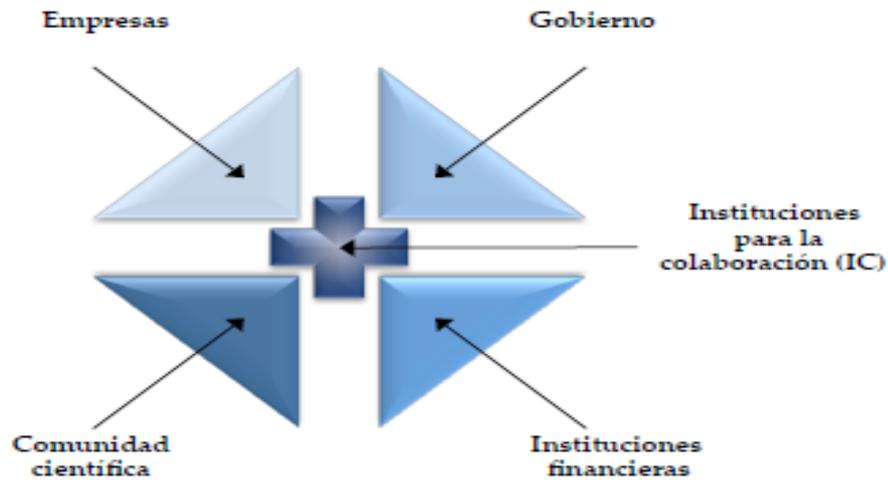
- ✓ Perfeccionar la rentabilidad de sus asociados

- ✓ Ampliar la actividad de desarrollo de nuevos productos tecnológicamente avanzados
- ✓ Aumentar la entrada en nuevos mercados internacionales
- ✓ Impulsar el intercambio de conocimientos, experiencias y buenas prácticas
- ✓ Fortalecer, difundir y promocionar el Clústers
- ✓ Formar de la mejor manera al capital humano.

Para entender mejor su conformación mencionaremos a los actores que lo integran:

- ✓ Grupo de empresas dedicadas a la elaboración de productos similares o indistintamente a su cadena productiva
- ✓ Proveedores especializados de bienes y servicios
- ✓ Industrias relacionadas (tecnología, canales, clientes, trabajadores)
- ✓ Empresas distribuidoras
- ✓ Instituciones de formación
- ✓ Instituciones de soporte (financiero, de entrenamiento estandarización, investigación y comercialización).

Gráfico N° 5. Conformación de los clústers



Fuente: Millán (2014).

CARACTERÍSTICAS DE LOS CLÚSTERS

Investigadores como Arcos (2008), manifiesta que, para poder identificar las características de un grupo empresarial productivo, se considerara lo siguiente:

- ✓ “Un clúster es un agrupamiento de empresas que están concentradas espacialmente y se especializan en un sector
- ✓ El clúster desarrolla vínculos hacia delante y hacia atrás, dentro y fuera de la agrupación empresarial, para favorecer el intercambio de bienes y servicios, información y talento humano
- ✓ Alrededor de un clúster se genera una red de instituciones públicas y privadas locales de apoyo al conglomerado
- ✓ Un clúster posee acuerdos de cooperación con organismos del sector, tanto públicos como privados e instituciones académicas y de capacitación
- ✓ Se establecen procesos de mejoramiento en producción y control de materias primas” (p. 56).

Por lo tanto, la dinámica del clústers dependerá de la contribución que aportará sus asociados, con el propósito de mejorar la ventaja competitiva que las empresas lo

requieren, contribuyendo así a tener la oportunidad de tener el acceso libre a mejorar la competitividad de la región, en la que se ubica el clústers.

2.3.3.8 Aplicación

Investigadores como (O`kean J; Congregado E; Menudo J; 2006), manifiesta que los empresarios son personas que poseen habilidades, capacidades e intuición propia para solventar los desafíos que una sociedad lo requiere

Los empresarios están en la capacidad de estructurar diseños, estrategias competitivas, alianzas estratégicas que permita a la empresa gozar de beneficios mutuos en una organización aliada.

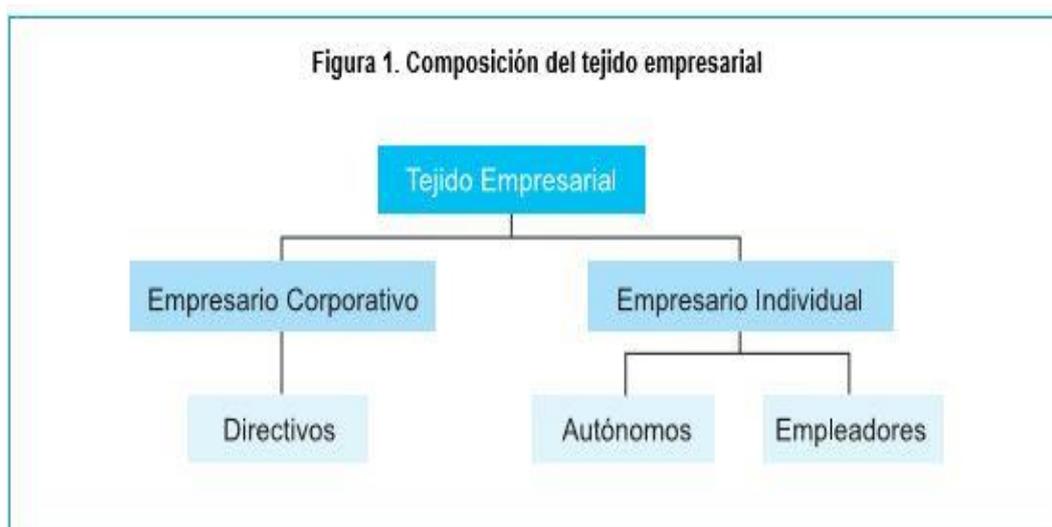
Siguiendo a Audretsch (2002) publicado en (O`kean J; Congregado E; Menudo J; 2006), Hace énfasis al tejido empresarial, “como la cantidad de empresarios que corresponden a un nivel de equilibrio a largo plazo, frente al tejido empresarial existente que vendría determinado por la oferta y demanda de empresarios”(p. 234).

De la misma manera podemos mencionar al dinamismo que posee estos empresarios, con el propósito de generar emprendimientos que contribuyan a un desarrollo económico y sostenible en el tiempo.

Siguiendo a Bellandi (1989 & 1996) en Galetto (2006), señala que “la aglomeración de pequeñas y medianas empresas que producen el mismo producto facilita una rápida difusión de las innovaciones” (p. 120).

A continuación, detallo un modelo de la composición del tejido empresarial (Clústers).

Gráfico N° 6. Composición del tejido empresarial



Fuente: (O`kean; Congregado; Menudo; 2006; p 326).

De la misma manera podemos mencionar que el sistema clústers en la ciudad de Riobamba está conformado por asociaciones que permiten la integración de empresas, con el fin colaborar en el crecimiento económico y social de las entidades aliadas y del espacio geográfico.

A continuación, detallo la lista de las asociaciones de la ciudad de Riobamba, donde se pudo identificar por el acceso de la investigación de campo.

Tabla N° 5. *Asociaciones (clústers) de la ciudad de Riobamba, periodo 2010-2014*

Nº	NOMBRE DE LAS ASOCIACIONES	DIRECCIÓN
1	Asociación de comerciantes	Chile y Colombia.
2	Área continental	Calle Epiclachima
3	Pollos Pechugón	Km. 1 Vía a Penipe a una cuadra de Hostería Toril.
4	Cámara de comercio de Riobamba	Primera Constituyente y García Moreno
5	Gremios de mecánicos de Chimborazo	Tarqui y Av. 9 de Octubre (Esq.)
6	Asociación de sastres	Calle. Canónigo Ramos y Teófilo Sáenz
7	Asociación de abastos	Chile y Colombia.
8	Asociación Tatuadores del Ecuador	Calle. Guayaquil y España
9	Parque Industrial de Riobamba	Av. Celso Rodríguez y Bolívar Bonilla
10	Fertiza	Boyacá y Juan Montalvo
11	Federación de artesanos de Riobamba	Primera Constituyente y García Moreno
12	Asociación almacenes de policía	Av. Leopoldo Freire

Fuente: Investigación de campo (Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

El crecimiento de los clústers en el periodo 2010-2014, se ha incrementado de 6 a 12 clústers debido a los emprendimientos en los distintos sectores. Las asociaciones que operan a estas unidades de mejoras, se pueden observar en la tabla anterior. Sin embargo el registro oficial suplemento número 336 del 14 de mayo de 2008, del tribunal constitucional del Ecuador, declara inconstitucional la afiliación obligatoria a las cámaras de producción y a los colegios profesionales.

2.3 UNIDAD HIPOTÉTICA

2.3.1 HIPÓTESIS

“Los emprendimientos contribuye significativamente en el crecimiento de clústers empresarial en la ciudad de Riobamba período 2010-2014”.

2.4 VARIABLES

2.4.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

Los emprendimientos.

2.4.2 VARIABLE DEPENDIENTE

Crecimiento de clústers empresarial en la ciudad de Riobamba período 2010 al 2014.

2.5

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla N° 6. *Operacionalización de las variables*

Variables Independiente	Concepto	Categoría	Indicadores	Técnicas e Instrumentos	
Emprendimientos	Se entiende el emprendimiento como un conjunto de competencia, que parte de la actitud de la persona, para captar oportunidades de su entorno, lo cual requiere un pensamiento sistemático, convertirlas en ideas innovadoras con base en su creatividad y generar proyectos productivos en diferentes campos, para beneficios propios y de su entorno. Uribe & Reino, (2013)	Empresarial.	✓	Tipo de actividad	
		Innovadores	✓	Planes de innovación (productos/servicios)	
		Ingresos	✓	Nivel de ingresos	Encuesta - Cuestionario Observación Directa
		Importancia del emprendimiento	✓	Grado de importancia	

Variables Dependiente	Concepto	Categoría		Indicadores	Técnicas e Instrumentos
Crecimiento de clústers empresarial en la ciudad de Riobamba	“Un grupo de empresas e instituciones de apoyo concentradas en un territorio que compiten en un mismo negocio y que comparten características comunes y complementariedades”. Michael Porter, (1999)	Grupo de empresas	✓ ✓	Nº de empresas Tipo de asociatividad	
		Entorno Comercial	✓ ✓	Homogéneo (Estable) Heterogéneo (Inestable)	Encuesta - Cuestionario Observación Directa
		Negocios	✓	Sectores Comerciales (comercial, servicios e industrial)	

Elaborado por: Denis Chucho

CAPÍTULO III

3 MARCO METODOLÓGICO

3.1 MÉTODO INDUCTIVO

Mediante este método se identificó aquellas unidades de negocios que estén contribuyendo al crecimiento de los clústers empresariales de la ciudad de Riobamba.

a) **Observación.** Se aplicó la observación directa, a aquellos emprendimientos ubicado en lugares estratégicos de mayor influencia comercial de la Cámara de Comercio de la ciudad de Riobamba.

b) **Encuesta.** Se aplicó a los propietarios de las distintas pymes de la Cámara de Comercio de la ciudad de Riobamba, donde permitió recopilar la información necesaria relacionando con las dos variables de investigación; con el propósito de conseguir la información para el desarrollo de la investigación.

c) **Hipótesis.** La comprobación de la hipótesis planteada se construyó según como se vaya desarrollando el proyecto de investigación, sin manipulación de las variables de estudio.

d) **Demostración o refutación.** En esta fase se comprobó si la hipótesis es factible o no para establecer un lineamiento alternativo como solución inmediata al problema planteado.

e) **Tesis o Teoría.** Se comprobó mediante las teorías científicas del proyecto investigativo, con la finalidad de determinar conclusiones y posibles recomendaciones.

3.2 DISEÑO DE LA INVESTIACIÓN

3.2.1 Descriptiva

La presente investigación es descriptiva porque a través de la información recopilada se enfocó a conocer aquellos emprendimientos que han contribuido en el crecimiento de clústers empresariales en la ciudad de Riobamba.

3.2.2 Campo

Este diseño de investigación es no experimental y de campo, debido que la observación me permitió ver la situación de los emprendimientos que han contribuido al crecimiento de los clústers empresarial en la ciudad de Riobamba, para la obtención de la información necesaria y así cumplir con los objetivos proyectados, de esta manera facilitó el desarrollo de investigación.

3.3 TIPO DE LA INVESTIGACIÓN

Documental. Porque una de las fuentes de información son los documentos de la Cámara de Comercio de la ciudad de Riobamba.

No experimental. Porque no se manipuló ningún tipo de la variable.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 Población

La población para la presente investigación está constituida por 700 empresas entre ellas (comerciales, servicios e industriales), registrada en la (Cámara de Comercio), de la Ciudad de Riobamba.

3.4.2 Muestra

Para la presente investigación de tomo una muestra como parte representativa en lo cual se consideró del total de la población que a continuación detallo:

n = Tamaño de la Muestra

N = Tamaño de la Población

P = Probabilidad Ocurrencias

Q = Probabilidad de la no Ocurrencias

E = 7% - 0.07

Formula:

$$n = \frac{PQN}{(N - 1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$
$$n = \frac{0.25(700)}{(699) \frac{0.07^2}{2^2} + 0.25}$$
$$n = \frac{175}{1.106275}$$
$$n = 158.19$$
$$\mathbf{n = 158}$$

Se elaboró **158** encuestas para la recopilación de la información requerida de la presente investigación.

3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

3.5.1 Técnicas

Encuestas: permitió recolectar información del problema que se va a investigar y se aplicó de manera directa a 158 empresas, para establecer la información de los emprendimientos que han contribuido al crecimiento de los clústers empresariales de la ciudad de Riobamba.

Observación Directa: se observó aquellos emprendimientos que están establecidas en la ciudad de Riobamba, dando énfasis a lugares de mayor movimiento económico.

3.5.2 Instrumentos

- ✓ Cuestionario de Encuestas
- ✓ Fichas de Observación.

3.6 TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Para el análisis de los datos se elaboró cuadros y gráficos estadísticos de la información obtenida a través de las diferentes técnicas e instrumentos.

Para el procesamiento de datos se utilizó Microsoft Office Excel, mediante el cual se llegó a establecer frecuencias y porcentajes exactos, como también gráficos y cuadros estadísticos.

3.7 PROCESAMIENTO Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La aplicación de las distintas encuestas estaba destinada a los diferentes emprendimientos ubicados en la ciudad de Riobamba.

Pregunta 1: Género del encuestado

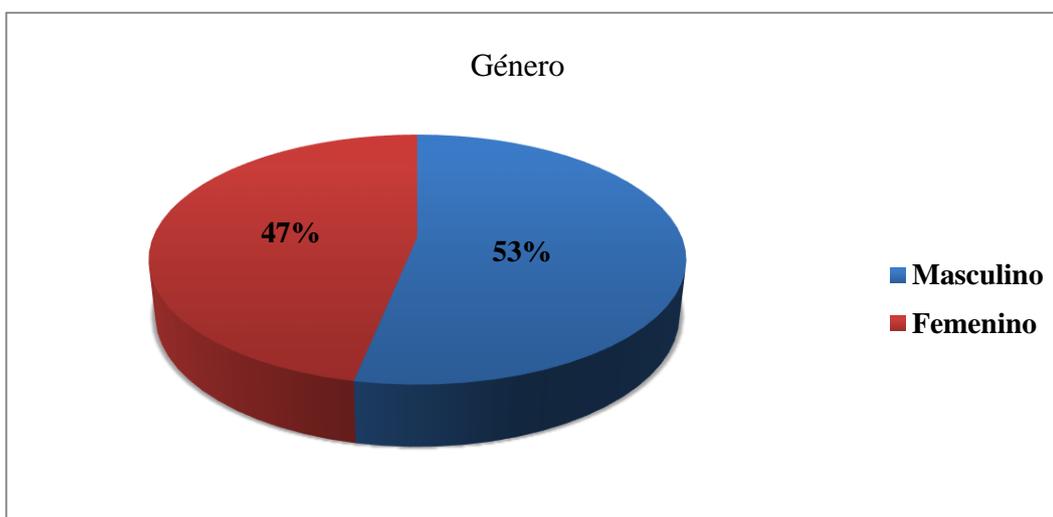
Tabla N° 7. *Género del encuestado*

Género	Frecuencia	%
Masculino	84	53
Femenino	74	47
Total	158	100%

Fuente: Investigación de campo (Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Gráfico N° 7. Género del encuestado



Fuente: Tabla N° 7 - Investigación de campo (Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Análisis e interpretación

Mediante las diversas encuestas realizadas se ha identificado que el 53% de la población encuestada, pertenece al género masculino, mientras que el 47% comprende al género femenino, determinando que el grado de innovación y la capacidad de emprender se encuentran en su mayor parte en el género masculino. Cabe recalcar que el género femenino posee las mismas virtudes y capacidades de comenzar el proceso de emprendedurismo con el propósito de mejorar la situación económica de su ciudad local.

Pregunta 2: Edad del encuestado

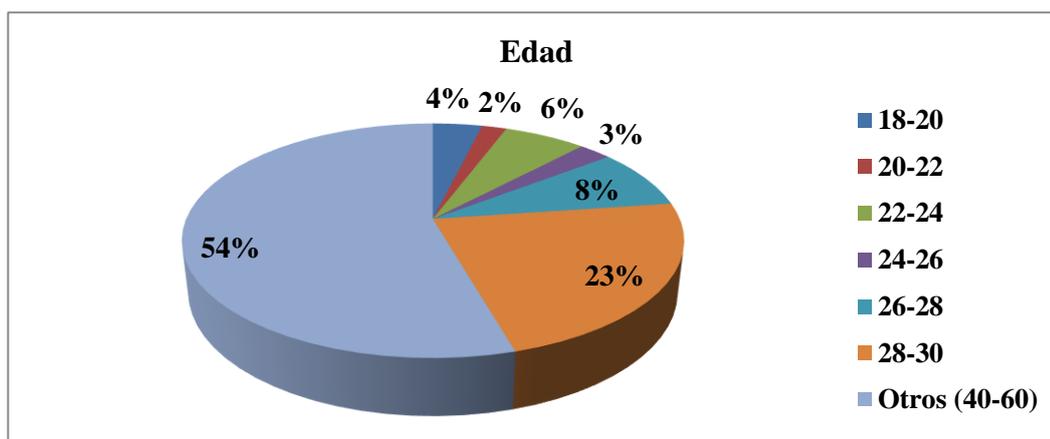
Tabla N° 8. *Edad del encuestado*

Edad	Frecuencia	%
18-20	6	4
20-22	3	2
22-24	10	6
24-26	4	3
26-28	13	8
28-30	36	23
Otros (40-60)	86	54
Total	158	100%

Fuente: Investigación de campo (Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Gráfico N°8. Edad del encuestado



Fuente: Tabla N°8 - Investigación de campo (Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Análisis e interpretación

Del total de la población encuestada, se visualizó las distintas edades en las que el 54% de la población total mantiene un promedio entre los 40-60 años edad (masculino y femenino), dando énfasis a que el género masculino se encuentra entre los 30-45 años, mientras que el género femenino comprende un promedio de 30-50

años, demostrando así que el género femenino se mantiene en una edad viable para el manejo y uso de los recursos de sus emprendimientos.

Pregunta 3: Nivel de formación

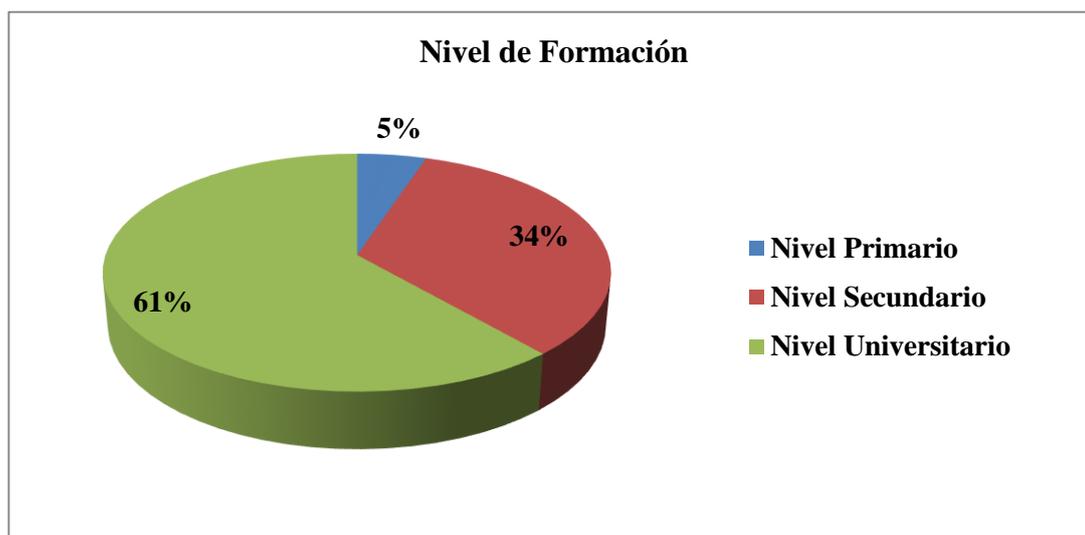
Tabla N° 9. *Nivel de información*

Nivel de Formación	Frecuencia	%
Nivel Primario	8	5
Nivel Secundario	53	34
Nivel Universitario	97	61
Total	158	100%

Fuente: Investigación de campo (Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Gráfico N° 9. Nivel de información



Fuente: Tabla N° 9 - Investigación de campo (Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Análisis e interpretación

De los datos obtenidos en la investigación de campo se determinó el nivel de formación de la población encuestada, que el 61% de la población total se encuentra en un nivel universitario, mientras que el 34% mantiene un nivel secundario, y apenas un 5% un nivel primario. Demostrando así que los nuevos emprendimientos

surgidos en la ciudad de Riobamba, están siendo gestionados por emprendedores capacitados en ramas específicas en cuanto a factores externos que mantiene la ciudad.

Pregunta 4: ¿A qué tipo de negocio pertenece su empresa?

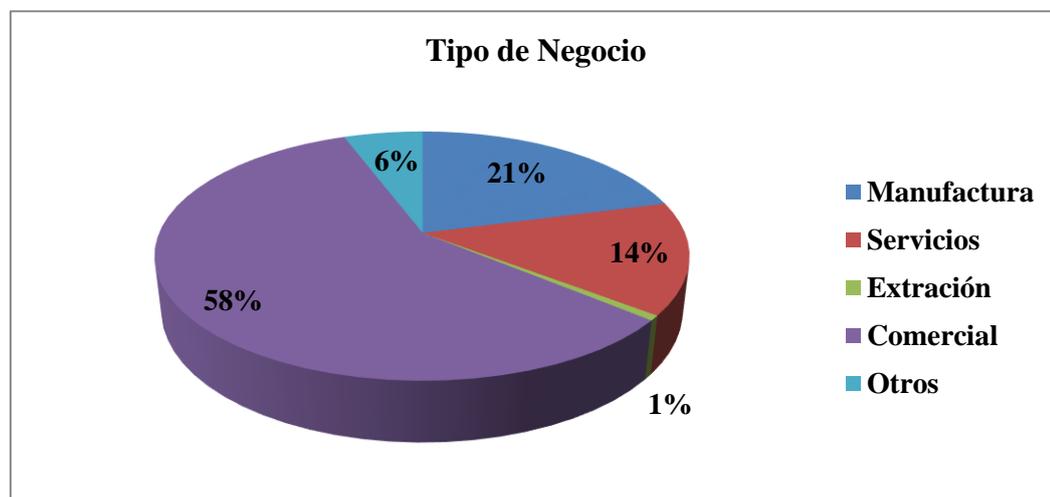
Tabla N° 10. *A qué tipo de negocio pertenece su empresa*

Alternativa	Frecuencia	%
Manufactura	33	21
Servicios	23	15
Extracción	1	1
Comercial	92	58
Otros	9	6
Total	158	100%

Fuente: Investigación de campo (Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Gráfico N° 10. *A qué tipo de negocio pertenece su empresa*



Fuente: Tabla N° 10 - Investigación de campo (Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Análisis e interpretación

Las distintas actividades económicas a las que se dedican las empresas de la ciudad de Riobamba son: con un 58% empresas dedicadas al sector comercial, el 21% empresas dedicadas al sector manufacturero, el 14% empresas del sector servicios,

el 6% dedicadas al sector otros (productos químicos), y con el 1% empresas dedicadas al sector de extracción, por lo cual se ha demostrado que la actividad comercial sobresale como indicador relevante en la ciudad de Riobamba.

Pregunta 5: Nivel de ingresos (expresado en dólares)

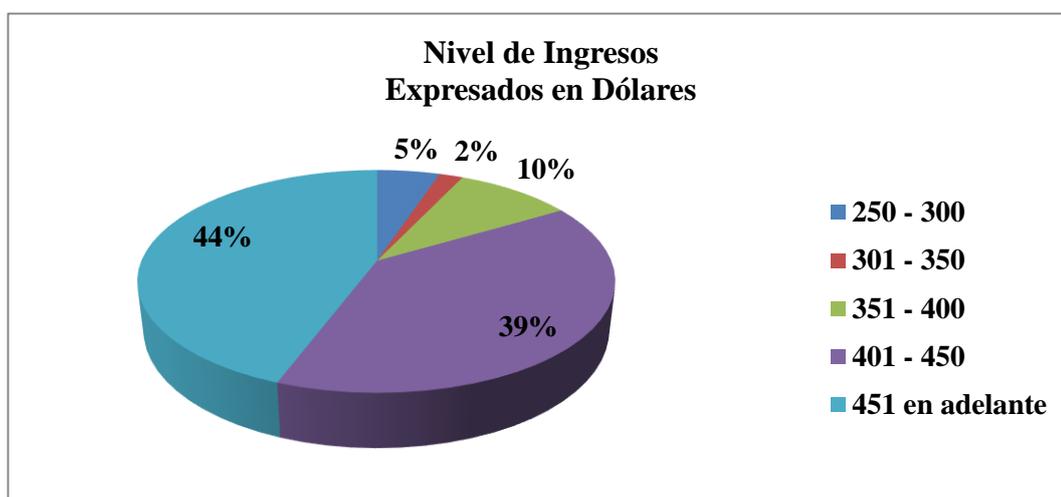
Tabla N° 11. *Nivel de ingresos (expresado en dólares)*

Alternativa	Frecuencia	%
250 - 300	8	5
301 - 350	3	2
351 - 400	15	9
401 - 450	62	39
451 en adelante	70	44
Total	158	100%

Fuente: Investigación de campo (Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Gráfico N° 11. Nivel de ingresos (expresados en dólares)



Fuente: Tabla N° 11 - Investigación de campo (Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Análisis e interpretación

Como se puede observar el 44% de la población encuestada manifiesta que, sus ingresos son superiores a \$451 en adelante, el 39% sus ingresos se mantienen en un rango de \$401-450, el 10% entre \$351-400, el 5% se mantiene entre los 301-\$350, y el 2% manteniendo un nivel de ingresos de \$250-300, por lo cual se ha demostrado

que el nivel de los ingresos de los diferentes sectores productivos está en un nivel aceptable, anunciando expansiones en los mercados nacionales.

Pregunta 6: ¿Cómo valora usted al emprendimiento?

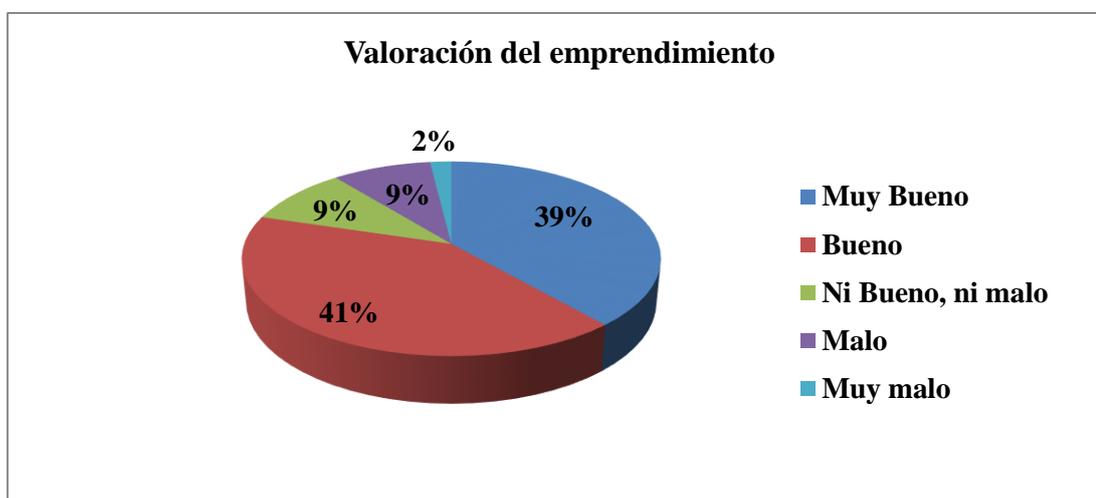
Tabla N° 12. *Cómo valora usted al emprendimiento*

Alternativa	Frecuencia	%
Muy Bueno	61	39
Bueno	65	41
Ni Bueno, ni malo	15	9
Malo	14	9
Muy malo	3	2
Total	158	100%

Fuente: Investigación de campo (Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Gráfico N° 12. *Cómo valora usted al emprendimiento*



Fuente: Tabla N° 12 - Investigación de campo (Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Análisis e interpretación

Se puede determinar que el 41% de la población encuestada valora el emprendimiento como bueno, el 39% muy bueno, el 9% ni bueno, ni malo, el 9% malo y el 2% muy malo, por lo que se ha demostrado la mayoría de los emprendimientos surgido en la

ciudad de Riobamba, está estructurada con lineamientos de expansión y reconocimientos a nivel local, por lo cual permite a los gerentes-propietarios mantener una gestión alineada a sus objetivos empresariales.

Pregunta 7: ¿En qué grado fue importante para usted, la iniciativa del emprendimiento?

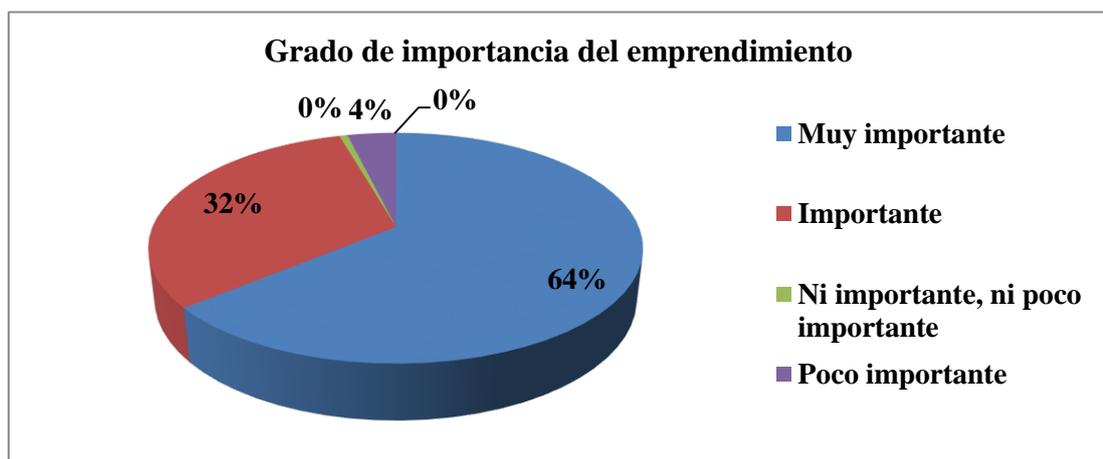
Tabla N° 13. *En qué grado fue importante para usted, la iniciativa del emprendimiento*

Alternativa	Frecuencia	%
Muy importante	101	64
Importante	50	32
Ni importante, ni poco importante	1	1
Poco importante	6	4
Nada Importante	0	0
Total	158	100%

Fuente: Investigación de campo (Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Gráfico N° 13. *En qué grado fue importante para usted, la iniciativa del emprendimiento*



Fuente: Tabla N° 13 - Investigación de campo (Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Análisis e interpretación

Del total de la muestra se observa el grado de importancia sobre el emprendimiento establecido, el 64% lo mantiene como muy importante, el 32% importante, el 4% ni importante, ni poco importante, dando énfasis a que los emprendimientos surgidos en la ciudad de Riobamba, están establecido por la necesidad del consumidor.

Pregunta 8: ¿Su emprendimiento ha mantenido la oportunidad de contribuir al desarrollo de la ciudad de local?

Tabla N° 14. *Su emprendimiento ha mantenido la oportunidad de contribuir al desarrollo de la ciudad de local*

Alternativa	Frecuencia	%
Si	144	91
No	14	9
Total	158	100%

Fuente: Investigación de campo(Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Gráfico N° 14. Su emprendimiento ha mantenido la oportunidad de contribuir al desarrollo de la ciudad de local



Fuente: Tabla N° 14 - Investigación de campo (Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Análisis e interpretación

El 91% de la población total ha identificado mantener la oportunidad de contribuir al desarrollo de la ciudad, mientras que el otro 9% aún no ha establecido la oportunidad de poder contribuir al desarrollo de la ciudad, por lo que se identifica que en su gran mayoría de los emprendimientos mantienen alianzas establecidas con los gobiernos autónomos descentralizados, con el propósito de adquirir, mejorar, y contribuir conocimientos para el desarrollo sostenible de la ciudad.

Pregunta 9: En momento de plantearse la ida de negocio. ¿Ha tenido en cuenta el punto de vista del cliente o consumidor?

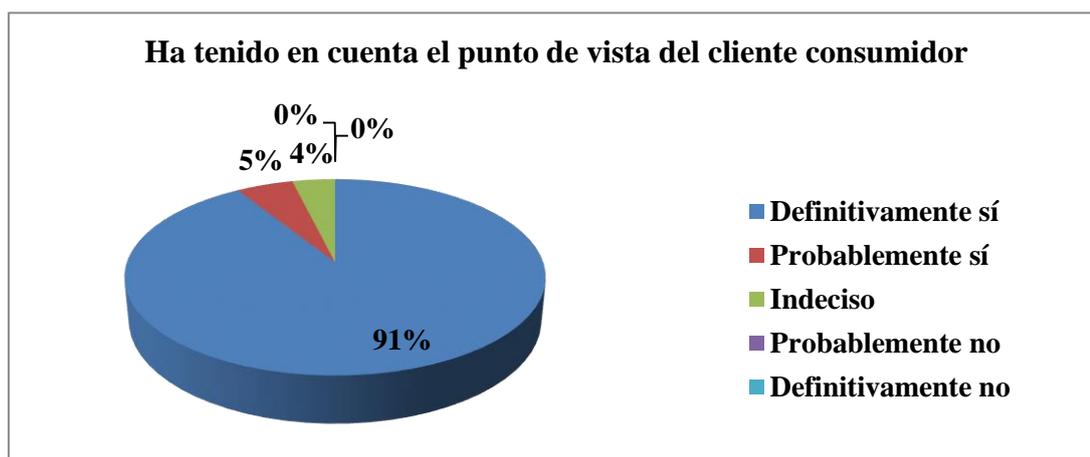
Tabla N° 15. *Ha tenido en cuenta el punto de vista del cliente o consumidor*

Alternativa	Frecuencia	%
Definitivamente sí	144	91
Probablemente sí	8	5
Indeciso	6	4
Probablemente no	0	0
Definitivamente no	0	0
Total	158	100%

Fuente: Investigación de campo(Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Gráfico N° 15. Ha tenido en cuenta el punto de vista del cliente o consumidor



Fuente: Tabla N° 15 - Investigación de campo (Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Análisis e interpretación

Se puede establecer que el 91% de la población total definitivamente sí, ha mantenido en cuenta el punto de vista del consumidor, mientras que el 5% probablemente sí, mientras que el 4% mantiene un nivel indeciso, a fin de que los empresarios al momento de implantar un negocio toman muy cuenta, todos los aspectos de sus posibles clientes, con el fin de satisfacer sus deseos, necesidades y gustos de la mejor manera posible.

Pregunta 10: Considera que su empresa tienes relaciones cercanas con otras empresas, más allá de las establecidas por la interacción comercial.

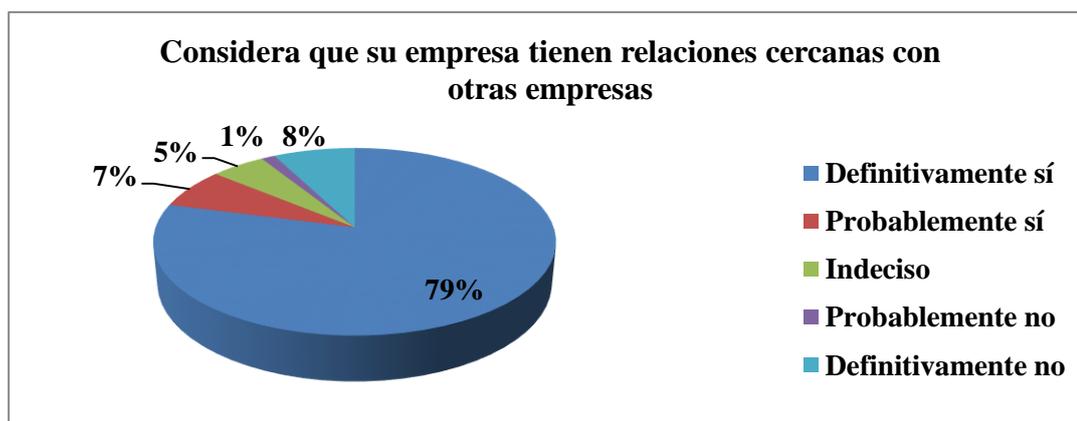
Tabla N° 16. *Considera que su empresa tienes relaciones cercanas con otras empresas, más allá de las establecidas por la interacción comercial*

Alternativa	Frecuencia	%
Definitivamente sí	125	79
Probablemente sí	11	7
Indeciso	8	5
Probablemente no	2	1
Definitivamente no	12	8
Total	158	100%

Fuente: Investigación de campo (Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Gráfico N° 16. Considera que su empresa tienes relaciones cercanas con otras empresas, más allá de las establecidas por la interacción comercial



Fuente: Tabla N° 16 - Investigación de campo (Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Análisis e interpretación

Se puede establecer que el 79% de la muestra total, definitivamente sí tiene relaciones cercanas con otras empresas, más allá de las establecidas por su interacción comercial, mientras que el 8% definitivamente no considera ningún vínculo con otras empresas, por lo que se demuestra que la mayor parte de los negocios mantienen alianzas estratégicas, con el objetivo de mejorar su gestión.

Pregunta 11: Usted forma parte de una asociación o agrupación productiva.

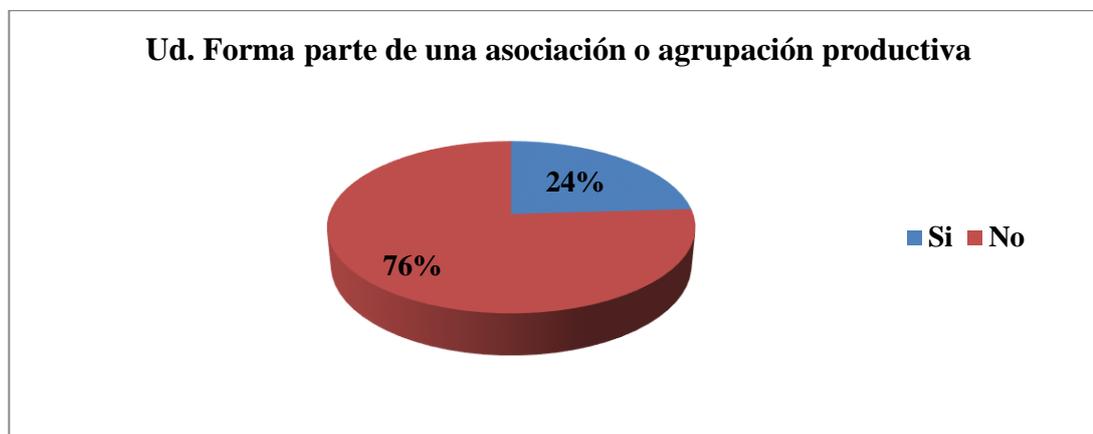
Tabla N° 17. *Usted forma parte de una asociación o agrupación productiva*

Alternativa	Frecuencia	%
Si	38	24
No	120	76
Total	158	100%

Fuente: Investigación de campo (Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Gráfico N° 17. *Usted forma parte de una asociación o agrupación productiva*



Fuente: Tabla N° 17 - Investigación de campo (Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Análisis e interpretación

Como se puede observar el 76% de la población encuestada manifiesta que, no forman parte de una asociación o agrupación productiva, mientras que el 24% si forman parte de asociaciones o agrupaciones productivas, demostrando que aun los emprendimientos de la ciudad de Riobamba no han decidido formar parte de las

asociaciones productiva, mientras que el 24% de los emprendimientos surgidos ha obtenido beneficios en cuanto a innovación, mejoramiento de la calidad en sus productos, disminución de costos entre otros.

Pregunta 12: ¿Qué beneficios ha obtenido de su participación en las asociaciones o agrupaciones productivas?

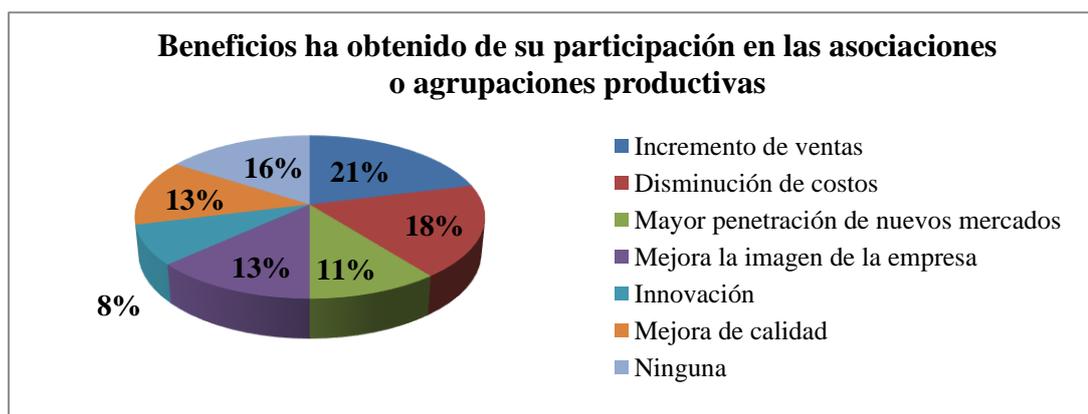
Tabla N° 18. ¿Qué beneficios ha obtenido de su participación en las asociaciones o agrupaciones productivas?

Alternativa	Frecuencia	%
Incremento de ventas	8	21
Disminución de costos	7	18
Mayor penetración de nuevos mercados	4	11
Mejora la imagen de la empresa	5	13
Innovación	3	8
Mejora de calidad	5	13
Ninguna	6	16
Total	38	100%

Fuente: Investigación de campo (Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Gráfico N° 18. ¿Qué beneficios ha obtenido de su participación en las asociaciones o agrupaciones productivas?



Fuente: Tabla N° 18 - Investigación de campo (Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Análisis e interpretación

Del total de la población se observa que el 21% manifiesta que han mantenido beneficios de la participación en las asociaciones o agrupaciones productivas como incremento de ventas, el 18% disminuciones de costos, el 16% no ha mantenido ningún beneficio, por lo que se determina que la participación en agrupaciones productiva da lineamientos adecuados de liderar mercados altamente competitivos, determinados por indicadores empresariales.

Pregunta 13: ¿En caso de que no sea parte de una asociación o agrupación, le gustaría ser parte en un futuro?

Tabla N° 19. *¿En caso de que no sea parte de una asociación o agrupación, le gustaría ser parte en un futuro?*

Alternativa	Frecuencia	%
Si	61	39
No	59	37
Total	120	100%

Fuente: Investigación de campo (Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Gráfico N° 19. *¿En caso de que no sea parte de una asociación o agrupación, le gustaría ser parte en un futuro?*



Fuente: Tabla N° 19 - Investigación de campo (Encuestas)

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

Análisis e interpretación

Del total de la población encuestada se observa que, el 51% si le gustaría ser parte de una asociación o agrupación productiva, mientras que el 49% de la población no desearía ningún vínculo con asociaciones o agrupaciones productivas, demostrando que los empresario están dispuesto a mantener alianzas con alguna asociaciones que pueden ayudar a mejorar su imagen corporativa en los entornos comerciales, mientras que el 49% no desearía ningún vínculo por motivos que son parte de ellas, pero no han obtenido ningún beneficio ante la gestión empresarial.

3.8 COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Comprobación de la hipótesis por el método de regresión lineal en IBM SPSS STATISTICS 20.

Determinación de la hipótesis nula y alternativa

Hipótesis Alternativa (H₁): “Los emprendimientos **contribuye** significativamente en el crecimiento de clústers empresarial en la ciudad de Riobamba período 2010-2014”.

Hipótesis Nula (H₀): “Los emprendimientos **no contribuye** significativamente en el crecimiento de clústers empresarial en la ciudad de Riobamba período 2010-2014”.

IBM SPSS STATISTICS 20.

IBM SPSS STATISTICS es un software de análisis estadístico que presenta las funciones principales necesarias para realizar el proceso analítico de principio a fin.

REGRESIÓN LINEAL

La regresión lineal es una técnica estadística destinada a analizar las causas de por qué pasan las cosas. A partir de los análisis de regresión lineal múltiple podemos:

- ✓ Identificar que variables independientes (causas) explican una variable dependiente (resultado)
- ✓ Comparar y comprobar modelos causales

✓ Predecir valores de una variable, es decir, a partir de unas características predecir de forma aproximada un comportamiento o estado

Así, se menciona que es un modelo matemático usado para aproximar la relación de dependencia entre una variable dependiente Y, las variables independientes Xi y un término aleatorio ε. Este modelo puede ser expresado como:

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_p X_p + \varepsilon$$

Donde:

Y_t : variable dependiente.

X_1, X_2, \dots, X_p : variable explicativa o independiente

$\beta_0, \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_p$: parámetros, miden la influencia que las variables independientes tienen sobre el regresando.

Donde β_0 es la intersección o término “constante”, las β_1 ($i > 0$) son los parámetros respectivos a cada variable independiente, y p es el número de parámetros independientes a tener en cuenta en la regresión.

Tabla N° 20. Código de las variables

VARIABLE		CÓDIGO
DEPENDIENTE	¿Considera que su empresa tiene relaciones cercanas con otras empresas, más allá de las establecidas por la interacción comercial?	I_Comercial
Crecimiento Clústers		

Fuente: Base de datos - IBM SPSS STATISTICS 20

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

ANÁLISIS DE LA REGRESIÓN LINEAL

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_p X_p + \varepsilon$$

$$Y \text{ (I_Comercial)} = \beta_0 + \beta_1 \text{(O_ Contribuir)} + \beta_2 \text{(I_ Emprendimiento)} + \beta_3 \text{(V_ Emprendimiento)} + \beta_4 \text{(N_Ingreso)} + \beta_5 \text{(T_Empresa)} + \varepsilon$$

VARIABLE	
INDEPENDIENTE	¿Su emprendimiento ha mantenido la oportunidad de contribuir al desarrollo de la ciudad local?
	¿En qué grado fue importante para Ud. ¿La iniciativa del emprendimiento?
Emprendimientos	¿Cómo valora usted al emprendimiento?
	¿Cuál es el nivel de ingresos de su empresa?
	¿A qué tipo de negocio pertenece su empresa?

Una vez estructurada las hipótesis, es necesario identificar el método por el cual escogeremos entre una hipótesis y la otra. Para ello, de manera general, se utiliza un estadístico llamado “valor p”.

Este estadístico indica la probabilidad que existe de rechazar la hipótesis, cuando esta es verdadera. Por convención, se asume que si esta probabilidad es más de un 5% (0,05) debemos rechazar la hipótesis del investigador

(H1) en favor de la hipótesis nula (H0). Entonces:

Criterio	Opción
Si, Valor $p < 0,05$	Se debe aceptar H1 (Hipótesis del investigador)
Si, Valor $p > 0,05$	Se debe aceptar H0 (Hipótesis nula)

Tabla N° 21. *Resumen del modelo*

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	0,969 ^a	0,938	0,936	0,294

a. Variables predictoras: (Constante), ¿A qué tipo de negocio pertenece su empresa?, ¿Su emprendimiento ha mantenido la oportunidad de contribuir al desarrollo de la ciudad local?, ¿En qué grado fue importante para Ud, la iniciativa del emprendimiento?, ¿Cuál es el nivel de ingresos de su empresa?, ¿Cómo valora usted al emprendimiento?

Fuente: Base de datos - IBM SPSS STATISTICS 20

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

ANÁLISIS

En este resultado, el valor que más resulta útil es el “R²”, que nos manifiesta básicamente que el modelo explica en un 93,8% (0,938) de significación entre las variables. Podemos mencionar que la variable dependiente se explica en un 93.8% a referencia de las variables independientes que son (¿Su emprendimiento ha mantenido la oportunidad de contribuir al desarrollo de la ciudad local?, ¿En qué grado fue importante para Ud. ¿La iniciativa del emprendimiento?, ¿Cómo valora usted al emprendimiento?, ¿Cuál es el nivel de ingresos de su empresa?, ¿Cómo valora usted al emprendimiento?). Lo cual permite explicar que existe una correlación entre las variables. Por tanto, los emprendimientos **contribuyen** significativamente en el crecimiento de clústers empresarial en la ciudad de Riobamba período 2010-2014.

Tabla N° 22. *Anova*

ANOVA						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	198,362	5	39,672	459,875	,000 ^b
	Residual	13,113	152	,086		
	Total	211,475	157			

a. Variable dependiente: ¿Considera que su empresa tienen relaciones cercanas con otras empresas, más allá de las establecidas por la interacción comercial?

b. Variables predictoras: (Constante), ¿A qué tipo de negocio pertenece su empresa?, ¿Su emprendimiento ha mantenido la oportunidad de contribuir al desarrollo de la ciudad local?, ¿En qué grado fue importante para Ud, la iniciativa del emprendimiento?, ¿Cuál es el nivel de ingresos de su empresa?, ¿Cómo valora usted al emprendimiento?

Fuente: Base de datos - IBM SPSS STATISTICS 20

Elaborado por: Denis A. Chucho M.

ANÁLISIS

De la misma manera, se utiliza la tabla ANOVA (análisis de la varianza), en la cual se utiliza para determinar la validez del modelo completo. Para lo cual debemos fijarnos precisamente en el valor p (Sig.) y como este es menor que 0.05 se acepta la hipótesis planteada (H_1), por lo que podemos decir que uno de los parámetros es estadísticamente distinto de “cero”, por ende, nuestro modelo es válido en su conjunto.

CAPÍTULO IV

4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES

✓ Se pudo identificar la evolución de las empresas aliadas a la Cámara de Comercio de la ciudad de Riobamba por años, dando como énfasis que en el año 2010 se vincularon un total de 49 empresas, de la misma manera el 2011 manifiesta un decrecimiento dando como resultado 10 empresa aliadas, en el año 2012 se vincularon 29 empresas obtenido un resultado favorable en su incremento, en el 2013 se vincularon 16 empresas y en el 2014 un total de 10 empresas aliadas, a pesar del nivel de afiliación a la Cámara de Comercio de la ciudad de Riobamba, obtenemos como resultado un aumento favorable a la creación de asociaciones en la ciudad de 6 a 12 asociaciones (clústers), haciendo énfasis en el decrecimiento se menciona que según el registro oficial suplemento número 336 del 14 de mayo 2008, del tribunal constitucional del Ecuador, se declara inconstitucionalidad de varias normas que consagraban la afiliación obligatoria a las cámaras de producción y a los colegios profesionales, es decir haciendo respetar el derecho constitucional de la libre asociación.

✓ Se pudo identificar que en su mayor parte los emprendimientos que contribuyen al crecimiento de los clústers empresariales de la ciudad de Riobamba son: comercial con un 58%, manufactura 21%, servicios 14%, otro 6% (químicos), y con el 1% el sector de extracción. Que esto a su vez con el transcurso del tiempo ha comenzado a adaptarse a formar asociaciones y gremios (clústers), que han dado un resultado favorable en su conformación, manteniendo una diversidad de beneficios que fortalecen su imagen corporativa.

✓ Mediante los resultados de la aplicación de campo se identifica la situación real del emprendedurismo de la ciudad de Riobamba, dando a conocer que los emprendimientos nacientes en la ciudad, son generados por una necesidad del empresario, que esto a su vez con el transcurso del tiempo ha generado problemas

económicos en sus negocios, conllevado a no saber qué necesidad mantiene el consumidor como: sus gustos y preferencias que el cliente necesita. Mientras tanto se encuentra que algunos negocios son generados por la capacidad emprendedora del empresario que ha visto una oportunidad en el mercado para generarlo y esto a su vez ser manejado de una manera organizada dentro del sistema.

✓ Con el análisis del diagnóstico situacional, se identifica la importancia del emprendimiento en la ciudad de Riobamba. Mostrando que se ha logrado generar mayores fuentes de trabajo, mejorar la situación familiar, disminuir el desempleo, generar sus propios recursos económicos y caminar como un empleador exitoso en el mercado local. Sin descuidar que el grado de importancia que mantiene las empresas sobre la innovación, desarrollo y tecnología son factores necesarios para la permanencia de sus negocios en los mercados competitivos.

4.2 RECOMENDACIONES

✓ Se recomienda que, a los empresarios de la ciudad de Riobamba mantener un alto espíritu de colaboración (asociatividad), tener lugar a involucrarse en gremios, asociaciones que de una y otra manera nos benefician a mantener un sistema ordenado en el ámbito económico. Teniendo en cuenta que el empresario tiene la libertad de asociarse en los distintos sectores económicos que crea conveniente para su giro de negocio.

✓ Se recomienda que, a los actores de los diferentes sectores productivos, seguir incrementando el nivel de asociatividad y mantener el mismo entusiasmo de formar parte de las asociaciones y gremios que son parte de ellas, con el propósito de mejorar su posicionamiento, imagen corporativa, mantener alianzas estratégicas que con el transcurso del tiempo guía a disfrutar de beneficios favorables para sus negocios.

✓ Se recomienda que, a los empresarios que mantenga la capacidad de conformar emprendimientos dentro de la ciudad de Riobamba, los generen conociendo la necesidad del consumidor, que transcurriendo en el tiempo no se abstengan a problemas económicos (nivel de ventas bajas), que en el mercado competitivo lo puedan encontrar, con el objetivo de mantener el giro del negocio en situaciones favorables de expansión a nivel nacional.

✓ Se recomienda que, mantengan el grado de importancia al momento de generar el negocio (emprendimiento) que esto a su vez, es una empresa que posee la misma capacidad de competir con otras con el mismo giro del negocio o ajenas a ellas en el mercado local, además no deben descuidar la implementación de la innovación y la tecnología que toda empresa requiere ser introducida con el objetivo de mantener la sobrevivencia en un mercado competitivo.

BIBLIOGRAFÍA

Abancens, A. (1994). Organización Empresarial (Volumen I. Editorial Donostiarra. San Sebastián).

Blanco, G. (2012). *La evolución y desarrollo de los clústers*. León México D.F.

Castro, M. A. (2011). *El Emprendimiento: una respuesta al desempleo de Colombia*, Cali, Colombia.

Castro, P. (2015). Factores de Éxito en las Aglomeraciones de Calzado. *Dimensión Empresarial* Vol. 13(2), 255-273.

Galetto, V. (2006). Distritos industriales e innovación. *Colección Mediterráneo Económico*.

García, J & Casanueva, C. (2001). *Prácticas de la Gestión Empresarial*. Madrid, España Mc Graw Hill Ed.

Global Entrepreneurship Monitor Ecuador (GEM: 2013): Global Report. Babson.

GEM. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2014*. Guayaquil - (pág.2), Ecuador: Senefelder.

GEM. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador* . Guayaquil , Ecuador: Senefelder.

Heijs, J. (2012). *Impacto de la Innovación sobre el. Madrid - España*.

Hurtado, D. (1998). *Administración pública*. México D.F, México, Thomson

Icard, I. B. (2011). *Creación de Empresas: Emprendimientos e Innoación*. Madrid, España, RA-MA Ed.

Martí, J. (2013). *Clústers: Palanca de competitividad para las empresas*. (M. F. Lara, Entrevistador).

Murrilo, B. (2012). *Ciencia, tecnología e innovación para el desarrollo y la cohesión social*, (pág. 11),Madrid, España.

Nataly, C (2006), *Propuesta para mejorar la productividad e innovación de las Pequeñas y Medianas Empresas*, Quito, Ecuador, el Faro, pp.32-36.

Objetivos Nacionales para el Buen Vivir, Plan Nacional 2013-2017, Ecuador.

O'Kean, J. M., Congregado, E., & Congregado, E. (2006). Tejido empresarial y crecimiento regional, *Colección Mediterráneo Económico: Un balance del estado de las Autonomías*.

Samaniego, R. (2016). “*Diagnóstico de los emprendimientos: caso Cantón Riobamba-Ecuador*”, Caribeña de Ciencias Sociales.

Sunkel & Paz. (1981). *El subdesarrollo latinoamericano y la teoría del desarrollo*. Pp. 15-268. México D.F, México, Siglo 21.

Tamayo, M. P., & Piñeros, J. D. (2007). Formas de integración de las empresas. *Ecos de Economía* No. 24., 27-45.

Uribe M & Reinoso J. (2013): “*Emprendimiento y Empresarismo*”, Bogotá Colombia, de la U.

Venacio, L. (s.f.). Los Distritos Industriales: Modelo de desarrollo económico local que promueve el capital social. Centro Argentino de Estudios Internacionales, *Economía Internacional*.

Valencia, J. (2002). *Administración de pequeñas y medianas empresas*, Cengage Learning.

WEBGRAFÍA

Biblioteca.itson. (s.f). *Características de la empresa*. Recuperado de http://biblioteca.itson.mx/oa/ciencias_administrativa/oa11/caracteristicas_empresa/z6.htm

Wikispaces. (s.f). *Emprendimientos*. Recuperado de <https://emprendimiento.cemm.wikispaces.com/file/view/Definicion+de+Empresas.pdf>

Wikispaces. (s.f). *Definición de empresas*. Recuperado de <https://emprendimiento.cemm.wikispaces.com/file/view/Definicion+de+Empresas.pdf>

McGraw-Hill. (s.f). *Tipologías de las empresas*. Recuperado de McGraw-Hill/Interamericana de España

Eumed. (s.f). *Emprendimientos*. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/caribe/2016/07/emprendimientos.html>. (s.f).

ANEXOS



Universidad Nacional de Chimborazo
Faculta de Ciencias Políticas y Administrativas
Carrera de Ingeniería Comercial

Cuestionario

El presente cuestionario tiene la finalidad de recabar información respecto a los emprendimientos que han contribuido al crecimiento de los clústers empresariales de la ciudad de Riobamba, con el propósito de medir el grado de la situación emprendedora. La información obtenida se administrada en una forma confidencial.

Indicaciones: Marque con una **x** según su criterio personal

I. DATOS PERSONALES

I.1 Género

Masculino ()

Femenino ()

I.2 Edad

18 – 20 () 20 – 22 () 22 - 24 () 24 - 26 () 26 – 28 ()

28 – 30 () otros ()

1.4 Nivel de Formación

a) Nivel Primario ()

b) Nivel Secundario ()

c) Nivel Universitario ()

2. ESTUDIO DE LAS VARIABLES

2.1. A qué tipo de negocio pertenece su empresa?

a) Manufactura ()

- b) Servicios ()
 - c) Extracción ()
 - d) Comercial ()
 - e) Otro (Especifique) ()
-
-

2.2. Nivel de Ingresos (expresado en dólares)

- a) 250 – 300 ()
- b) 301 – 350 ()
- c) 351 – 400 ()
- d) 401 – 450 ()
- e) 451 en adelante ()

2.3. Cómo valora usted al emprendimiento?

- a) Muy Bueno ()
- b) Bueno ()
- c) Ni Bueno; ni malo ()
- d) Malo ()
- e) Muy malo ()

2.4 En qué grado fue importante para Ud. la iniciativa del emprendimiento?

- a) Muy Importante ()
- b) Importante ()
- c) Ni importante, ni poco importante ()
- d) Poco importante ()
- e) Nada importante ()

2.5 Su emprendimiento ha mantenido la oportunidad de contribuir al desarrollo de la ciudad local?

- a) Si ()

b) No ()

2.6 En el momento de plantearse la idea de negocio ¿ha tenido en cuenta el punto de vista del cliente o consumidor?

- a) Definitivamente sí ()
- b) Probablemente sí ()
- c) Indeciso ()
- d) Probablemente no ()
- e) Definitivamente no ()

2.7 Considera que su empresa tiene relaciones cercanas con otras empresas, más allá de las establecidas por la interacción comercial?

- a) Definitivamente sí ()
- b) Probablemente sí ()
- c) Indeciso ()
- d) Probablemente no ()
- e) Definitivamente no ()

2.8 Ud. forma parte de una Asociación o Agrupación productiva?

- a) Si ()
- b) No ()

2.9 Qué beneficios ha obtenido de su participación en las Asociaciones o Agrupaciones productivas? (marque con una X)

Incremento de ventas	
Disminución de costos	
Mayor penetración de nuevo mercados	
Mayor identificación con los clientes	
Mejora en la imagen de la empresa	
Mejora de procesos de producción	
Mejora de procesos de distribución	

Obtención de nuevas inversiones	
Innovación	
Mejora de calidad	

¡LE AGRADECEMOS MUCHO SU COLABORACIÓN, SU INFORMACIÓN
NOS SERÁ DE MUCHA UTILIDAD!



GUÍA DE OBSERVACIÓN

Objetivo. - recabar información respecto a los emprendimientos que han contribuido al crecimiento de los clústers empresariales de la ciudad de Riobamba, con el propósito de medir el grado de la situación emprendedora. La información obtenida se administrada en una forma confidencial.

Nombre del evaluado:

Fecha de observación:

Nombre del evaluador:

Indicadores del nivel de emprendimiento-clúster

Lista de los ítems	Si	No	Observaciones
Interacción cercana con otras empresas.			
Ha tenido en cuenta en punto de vista del cliente o consumidor.			
Grado de importancia del emprendimiento.			
Grado de innovación (I+D).			
Importancia del entorno comercial.			
Estructura organizacional.			
Nivel de competitividad			
Elabora sus actividades a tiempo.			
Espacio donde trabaja es adecuado.			
Cumple con la revisión del espacio físico, para el funcionamiento correcto del negocio.			

Nota Final: