

Diagnóstico de emprendimientos de economía popular y solidaria del cantón Cañar

Diagnosis of popular and solidarity economy enterprises in the canton of Cañar

Diagnóstico de empresas populares e de economia solidária no cantão de Cañar

 Carlos Israel Andrade Ortiz

 Ana Luisa del Rocío Ordóñez Laso

ARTÍCULO ORIGINAL



Escanea en tu dispositivo móvil
o revisa este artículo en:

<http://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v7i25.155>

Recibido: 27 de octubre 2022

Aceptado: 15 de noviembre 2022

Publicado: 9 de enero 2023

Resumen

A pesar que los emprendimientos son un puntal en el desarrollo de los países, su horizonte resulta incierto por todos los problemas que deben enfrentar para alcanzar un posicionamiento o sostenibilidad. Este estudio tiene como objetivo realizar un diagnóstico de Emprendimientos de la Economía Popular y Solidaria (EPS) en el cantón Cañar, Ecuador. La metodología se basó en un enfoque cuantitativo de nivel descriptivo, para la recolección de la información se usó un cuestionario con 25 preguntas, previamente validado a 67 emprendimientos. Los resultados mostraron que los emprendimientos tienen una organización definida, el 74% de los emprendimientos están constituidas por más de un año; el 27% ha recibido créditos, de los cuales el 83% provienen de cooperativas de la EPS, las necesidades en los emprendimientos son de capacitación y en áreas administrativas. Concluyendo que el diagnóstico empresarial brinda información del contexto externo e interno necesario para tomar decisiones estratégicas que permiten el mejoramiento de las organizaciones.

Palabras clave: Administración; Emprendimiento; Sostenibilidad; Economía popular; Diagnóstico empresarial

Abstract

Although enterprises are a mainstay in the development of countries, their horizon is uncertain due to all the problems they must face in order to achieve positioning or sustainability. The objective of this study is to carry out a diagnosis of Popular and Solidarity Economy (EPS) enterprises in the canton of Cañar, Ecuador. The methodology was based on a quantitative approach at a descriptive level, using a questionnaire with 25 questions, previously validated to 67 enterprises. The results showed that the enterprises have a defined organization; 74% of the enterprises have been constituted for more than one year; 27% have received loans, 83% of which come from EPS cooperatives; the needs of the enterprises are in training and administrative areas. In conclusion, the business diagnosis provides information on the external and internal context necessary to make strategic decisions that allow for the improvement of the organizations.

Key words: Management; Entrepreneurship; Sustainability; Popular economy; Business diagnosis

Carlos Israel Andrade Ortiz

carlosisraelandrad@gmail.com

Universidad Católica de Cuenca. Cuenca, Ecuador

Licenciado en administración de empresas, Universidad Católica de Cuenca, Ecuador.

Ana Luisa del Rocío Ordóñez Laso

alordonezl@ucacue.edu.ec

Universidad Católica de Cuenca. Cuenca, Ecuador

Economista, Universidad Católica de Cuenca. Magister en gestión y desarrollo social, Universidad Técnica Particular de Loja. Docente Investigadora, Universidad Católica de Cuenca, Ecuador

Resumo

A pesar de as empresas serem um pilar fundamental para o desenvolvimento dos países, seu horizonte é incerto devido a todos os problemas que devem enfrentar para alcançar posicionamento ou sustentabilidade. O objetivo deste estudo é realizar um diagnóstico das empresas de Economía Popular e Solidária (EPS) no cantão de Cañar, Equador. A metodologia foi baseada em uma abordagem quantitativa em nível descritivo, utilizando um questionário com 25 perguntas, previamente validado em 67 empresas. Os resultados mostraram que as empresas têm uma organização definida, 74% das empresas estão constituídas há mais de um ano; 27% receberam créditos, dos quais 83% provêm de cooperativas EPS; as necessidades das empresas estão nas áreas de treinamento e administrativas. Em conclusão, o diagnóstico empresarial fornece informações sobre o contexto externo e interno necessário para a tomada de decisões estratégicas que permitam a melhoria das organizações.

Palavras-chave: Gestão; Empreendedorismo; Sustentabilidade; Economía popular; Diagnóstico empresarial

INTRODUCCIÓN

Los emprendimientos en la economía de cualquier país del mundo representan el factor más significativo de la generación de riqueza y dinamismo, en virtud de que las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas se crean y nacen de la detección de oportunidades para la producción o comercialización y ello significa la creación de empleo, innovación industrial volviéndolas una gran fuerza económica, y una fuente vital de esfuerzos en distintas facetas que requiere hoy la sociedad (Borja et al., 2020).

En el Artículo 283 de la Constitución de la República del Ecuador se reconocen los emprendimientos asociativos como formas de organizaciones económicas ya sean privadas, públicas, mixtas, populares y solidarias entre los cuales se incluyen los sectores cooperativos,

las asociaciones y organismos comunitarios. (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Dicho reconocimiento jurídico está explícito en un modelo denominado Economía Popular y Solidaria (EPS) regulado por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), considerado como el organismo técnico de control y supervisión que propende al funcionamiento correcto y a la sostenibilidad económica de los diferentes socios que integran estas organizaciones, entre los cuales se encuentran los emprendimientos asociativos (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria [SEPS], 2022).

A pesar de que los emprendimientos son un puntal en el desarrollo de la humanidad en todos los contextos, su horizonte es incierto por todos los problemas que deben enfrentar desde que nacen hasta que alcanzan un posicionamiento o sostenibilidad. En países desarrollados las condiciones para los emprendimientos son más óptimas, pues existen normas políticas, legales, innovación tecnológica, cultura industrial, etc., que influyen en su subsistencia, mientras que en América Latina y en el caso de Ecuador, las complicaciones para mantener un emprendimiento son mayores y cada vez variables. (López y Rivera, 2020).

En Ecuador, cerca del 36% de emprendimientos cierran sus puertas en los primeros años, a pesar de que se localiza entre los 40 países más creadores de emprendimientos, alrededor de 3.6 millones de personas abrieron un emprendimiento durante 2019 a 2020 de los cuales 1.3 millones cerraron en menos de tres años, debido a que no se realiza un análisis previo del contexto

industrial, político, económico, sociocultural, ambiental y legal. (Lasio et al., 2020).

En cuanto a los emprendimientos asociativos reconocidos en la EPS a nivel nacional a 2021 se reconocieron 17.786 organizaciones pertenecientes al sector real popular y solidario un incremento anual del 12%; de las cuales el 89.6% permanecen activas mostrando un cierre del 10.4% (Sánchez A., 2021); para junio de 2022 apenas están vigentes 15541 un 87,7% de lo que existía un año atrás (SEPS, 2022). No es diferente la situación de los emprendimientos que se localizan en la Provincia y el Cantón Cañar, en los cuales cerca de 222 y 81 organizaciones se encuentran registradas respectivamente de las cuales un 13% y el 16% están o inactivas o en liquidación (SEPS, 2022).

Entre las causas para que el desarrollo de los emprendimientos sea negativo se encuentra un limitado financiamiento, desconocimiento de las políticas gubernamentales en favor del emprendimiento, nivel medio de educación de los emprendedores, nula innovación, mínima uso de tecnologías en la producción, infraestructura inadecuada, baja capacidad administrativa y organizacional, mala gestión, falta de análisis previos (Vizueta, 2020). Por los que puede interpretar que los emprendimientos requieren de una intervención académica para saber que pasa bajo ese contexto.

En esta investigación se propone como problemática saber ¿Cuál es el diagnóstico de los emprendimientos de Economía Popular y Solidaria del cantón Cañar? Teniendo en la mirada realizar un diagnóstico de los emprendimientos de la Economía Popular y Solidaria en el cantón Cañar en Ecuador, bajo

la importancia el estudio se sostiene bajo la premisa de que el diagnóstico identifique los problemas de este sector, las debilidades, fortalezas, oportunidades o amenazas, permitiendo elaborar un estado actual de las organizaciones, resultados valorativos que sirven para tomar decisiones de mejora administrativa y a nivel de toda la gestión (Portugal, 2017).

MÉTODO

Se realizó una investigación con enfoque cuantitativo, bajo el análisis descriptivo, con diseño de campo. La población trabajada fue a 67 emprendimientos de la Economía Popular y Solidaria en el cantón Cañar en Ecuador. La muestra seleccionada fue forma intencional con los 67 emprendimientos. Para la recolección de información se utilizó la técnica de la encuesta a través del cuestionario como instrumento, el cual estaba constituido por 25 preguntas previamente valido por expertos y analizada bajo el Alfa de Cronbach. Posteriormente los datos fueron analizados bajo la aplicación estadística de Excel. Finalmente, los resultados son presentados de acuerdo a las 7 variables analizadas.

RESULTADOS

En la Tabla 1 se destacan los datos demográficos que manifiestan que el 28% de la población es femenina, 72% masculina; la tendencia de las organizaciones hacia el género masculino es común; sin embargo, se analiza un grupo importante de involucramiento de mujeres dentro de las organizaciones sobre todo en el sector productivo.

Con relación a la Edad en la Tabla 1 se destaca que el 31% de socios de los

empresarios se encuentran entre los 51 a 60 años, y un 3% entre 18 a 28 años. Los emprendimientos de la EPS en su mayoría están integrados por personas en edad adulta, mayor a los 40 años, con una participación de apenas del 15% entre jóvenes de 18 a 39 años, se estima que este comportamiento es preocupante pues la generación de emprendimientos requiere de gente joven la cual ingresa a la actividad económica y al mundo laboral para mejorar su calidad de vida, pero no se cumple lo manifestado.

Con relación al nivel de educación en la Tabla 1 se muestra que un 57% de personas poseen educación formal en bachillerato, 19% tercer nivel, 18% básica. El nivel de educación es significativo para los socios de emprendimientos de la EPS del cantón Cañar y esto es una fortaleza que impulsa el crecimiento de los mismos en la mayoría son personas alfabetos que leen, escriben y comprenden lo que se desarrolla en su organización, por lo tanto, el ambiente de las organizaciones es adecuado para el desarrollo.

Tabla 1. Datos sociodemográficos de los socios de emprendimientos de EPS del cantón Cañar.

Sexo		Edad		Nivel de educación	
Femenino	28%	18-28 años	3%	Básica	18%
Masculino	72%	29-39 años	12%	Bachillerato	57%
LGTBIQ+	0%	40-50 años	28%	Técnico superior	6%
		51-60 años	31%	Tercer nivel	19%
		61 años en adelante	25%	Posgrado	0%
Total					100%

Seguidamente en la Tabla 2 es destacado los tipos organizaciones que existen de emprendimientos arrojando que un 69% pertenecen a un tipo asociativo a las cuales la ley las reconoce en el artículo 24 de la LOEPS. El 31% de organizaciones pertenecen al sector cooperativo no financiero como son de servicios y de producción; en las cooperativas de servicios se localizan las de transporte liviano que inmiscuye a camionetas simples, doble cabina, transporte pesado como buses y carga; y dentro de las de producción están las agrícolas, comunales, pecuarias, lecheras. Al respecto la ley manifiesta que son mencionadas en el artículo 34 de la LOEPS.

Por otro lado, en la Tabla 2 el 72% de las personas pertenecen a la zona rural, 28% a la urbana, el 69% a otras actividades de servicios que se relacionan principalmente con transporte, refrigeración de leche, 31% a la Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca y 12 % al comercio al por mayor y menor. Al comparar estos resultados con lo que expresa la SEPS en sus estadísticas muestran similitud, de los cuales resalta la actividad organizativa en agricultura, actividades de transporte, ganaderas, textiles, de limpieza, reciclaje y en menor medida de construcción, adquirentes y ventas de servicios (SEPS, 2022).

Tabla 2. Tipos de emprendimientos de EPS del cantón Cañar, segmentos y sectores a los que pertenecen.

Tipo de organización de Economía Popular y Solidaria al que corresponde el emprendimiento		Sector en el que se encuentra el emprendimiento		Grupo de actividad económica al que corresponde el emprendimiento	
Asociativo	69%	Rural	72%	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.	69%
Cooperativo no financiero	31%	Urbana	28%	Comercio al por mayor y al por menor;	31%
Total					100%

En la Tabla 3 es destacado el número de socio y el tiempo que tiene el emprendimiento en el mercado mostrando que las organizaciones mantienen una composición del 40% entre 20 y 50 personas principalmente pertenecen a cooperativas de producción agrícola, 34 % entre 11 a 20 personas, 25% de 1 a 10 personas; 51%

pertenecen por más de 10 años, 22 % entre 6 a 10 años, 18 % entre 4 a 5 años y 9 % de entre 2 a 3 años. Se establece una composición de las organizaciones entre 20 a 50 personas, constituidas por más de 10 años y principalmente de las zonas rurales.

Tabla 3. Número de socios y años en el mercado de los emprendimientos.

Empleados en la organización		Tiempo del emprendimiento en el mercado	
1-10 personas	25%	0 -1 año	25%
11-20 personas	34%	1-2 años	34%
20-50 personas	41%	2-3 años	41%
Total			100%

En la Tabla 4 son destacados los tipos de créditos y el medio para la obtención, por lo tanto, se pudo comprobar que el 73% de las organizaciones no ha recibido ningún tipo de crédito, el 27 % indica que, si lo recibió, un 83 % lo hizo de Cooperativas de ahorro y crédito el 17 % de bancos, 78 % bajo líneas de consumo, 11 %

para créditos de Pymes y el 11 % hipotecarios. Sin embargo, el rol de los emprendimientos en acceso a financiamiento no es significativo, a pesar de que existe una diversidad de instituciones y productos financieros los cuales pueden satisfacer las necesidades de recursos de los emprendimientos de la EPS.

Tabla 4. Emprendimientos que recibieron créditos, institución y tipo.

Ha recibido algún tipo de crédito para emprender		Tipo de financiera		Tipo de crédito recibido	
Si	27%	Instituciones bancarias	17%	Crédito de Consumo	78%
No	73%	Cooperativas de Ahorro y Crédito	83%	Crédito Para Pymes	11%
Total					100%

Posteriormente en la Tabla 5 de los créditos adquiridos 78% fueron a una tasa del 12% - 14%; 11% entre el 4 %-5% al igual del 15% -17%; el 89% de créditos realizados fueron en tiempos entre 2 a 3 años y el 11% entre los 4 a 5 años; el monto pedido muestra que un 39% en estuvo entre los \$5000; 22% hasta los \$10000; 17% hasta los 20000 y el 22% hasta los 50000; por su

parte la gestión en el tiempo en esta muestra que un 56% expresa que son demorados, el 11% muy demorados y un 36% rápidos. Se establece que el acceso al crédito de parte de las organizaciones es bajo la tasa promedio esta entre el 12%-14%; en plazos no mayores a los 5 años, en montos menores a los \$10000 cuya gestión es demorada.

Tabla 5. Condiciones de los créditos.

Tasa de interés del préstamo recibido		Plazo para el que solicitó el préstamo		Monto máximo de crédito que usted ha solicitado		Los trámites para la obtención del crédito fueron:	
4%-5% anual	11%	0-1 año	0%	0-5.000 dólares americanos	39%	Rápidos	33%
12%-14% anual	78%	2-3 años	89%	5.001-10.000 dólares americanos	22%	Demorados	56%
15%-17% anual	11%	4-5 años	11%	15.001-20.000 dólares americanos	17%	Muy demorados	11%
6%-8% anual	0%	6-7 años	0%	30.001-50.000 dólares americanos	22%		
Total							100%

En la Tabla 6 es destacado con relación al lugar en dónde comercializan los productos se establece que el 63% lo hace de venta directa, el 15% en el mercado, el 12% en otras ciudades y el 10% a distribuidores o intermediarios. La comercialización es ampliamente local y representa un rubro importante para la

economía de la ciudad. Los clientes en 69% en gran mayoría son el público en general, 22% otros, 6% padres de familia y 3% niñas y niños. El público en general constituye los clientes objetivo de los emprendimientos, de tal forma los emprendimientos buscan satisfacer las necesidades de las personas y la sociedad en

general, entonces es importante conocer las características locales del mercado y clientes, asumiendo que es una debilidad el no mantener

un estudio de mercado y estrategias de marketing.

Tabla 6. Lugar de comercialización y clientes de los emprendimientos.

En dónde comercializa sus productos /servicios		Quiénes son sus clientes	
Mercado	15%	Padres de familia	6%
A distribuidores o intermediarios	10%	Niños/niñas	3%
Venta directa al público	63%	Público en general	69%
En otras ciudades	12%	Otros	22%
Total		100%	

Tabla 7 La competencia de los emprendimientos de la EPS de Cañar son un 72% de productores locales, y un 9% de otros cantones. Los precios marcan el 51% de preferencia en la compra, el 30% la calidad, el 13% la variedad, 3% la cantidad y otros. Para el 94% de los emprendimientos, las ventas no se han incrementado mientras que para un 6%

si lo han hecho. Se establece un alto nivel de competitividad interno en cuanto a precios, calidad y variedad, pero apenas un 6 % se sobresale a estas fuerzas de competitividad, lo que representa una debilidad de la empresa por no adoptar estrategias que guíen al crecimiento de los emprendimientos.

Tabla 7. Competitividad de los emprendimientos.

A quiénes considera usted como su competencia		Cuál considera usted que es el valor agregado de su emprendimiento		Considera que sus ventas se han incrementado	
Productores locales	72%	Precios	51%	Si	6%
Productores de otros cantones	9%	Calidad	30%	No	94%
Productores de otras provincias	19%	Variedad	13%		
Productores extranjeros	0%	Cantidad	3%		
		Otros	3%		
Total				100%	

En la Tabla 8 el 64% de emprendedores indican no haber tenido ningún apoyo de la SEPS, en tanto que el 21% expresa haberlo recibido por medio de capacitaciones, y el 15% por medio de asesoramiento; El 100% de los emprendedores manifiestan que la capacitación es un punto fundamental para

mejorar los emprendimientos. El 54 % responde que es necesario recibir capacitación en áreas administrativas, el 21% en áreas de ventas y marketing, el 15% en producción y el 10% en áreas tecnológicas. La capacitación es una debilidad que presentan los emprendedores

Tabla 8. Apoyo recibido y necesidades de capacitación.

Clase de apoyo ha recibido de la SEPS		Cree usted que es necesario recibir capacitación para mejorar su emprendimiento		Qué áreas considera usted necesarias para capacitarse	
Capacitaciones	21%	Si	85%	Áreas administrativas	54%
Asesoramiento	15%	No	15%	Áreas de producción u operativas	15%
Ninguno	64%			Áreas de ventas y marketing	21%
				Áreas tecnológicas	10%
Total					100%

Discusión

Con respecto a la variable demográfica en la actualidad el rol que cumplen las mujeres a través de su asociatividad para las diferentes industrias y la economía es significativo, se han tenido resultados más favorables en el grupo de mujeres que emprenden mientras que en hombres se mantienen o se prefieren emprendimientos individuales, especialmente para disminuir brechas de recursos, capacitación y competitividad (Navas y Moncayo, 2019)

Al respecto el problema de mejorar la inclusión de jóvenes hacia el autoempleo es general en la región, considerando que los microemprendimientos son quizá la alternativa más significativa para empatar los nuevos conocimientos y la creación de valor, así como provocar cambios radicales en la forma de crecer dentro de estos modelos económicos, cambiar la perspectiva de buscar un empleo por la de generarse uno y otros, crear innovación, nuevas ideas para la solución de problemas y satisfacción de necesidades no solo a nivel individual sino asociativo entre las causas de que esto no suceda están la poca capacitación o

información en emprendimientos y en acciones productivas, industriales o de servicios, la falta de acceso a recursos y financiamiento para los emprendimientos; por otro lado está demostrado que los emprendimientos de jóvenes que sortearon las barreras hoy son negocios sostenibles que promueven el crecimiento (Barbetti, 2020).

Con relación a la variable acerca del número de socios y años en el mercado de los emprendimientos, en las zonas rurales la generación de emprendimientos asociativos ha generado sostenibilidad en diferentes aspectos desde mejores recursos económicos, calidad de vida para sus integrantes, preservación de medios ambientales por ello representa una oportunidad para esos sectores caracterizados por la falta de empleos, financiamiento, pobreza, acceso vial impulsando a la producción agrícola principalmente (Boza et al., 2020).

Al respecto con el emprendimiento que recibieron créditos, institución y tipo la gestión adecuada en esta variable permitirían potencializar a los emprendimientos pues con este se pueden adquirir tecnologías, maquinaria,

insumos que incentivan al crecimiento organizacional (Torrea et al., 2017).

Con relación a la variable condiciones de los créditos se asume que el financiamiento hacia los emprendimientos es bajo y constituye una debilidad la gestión en este sobre todo porque la política de desarrollo económico del Ecuador establece que se busquen incentivos a la producción, la generación de empleos y un mecanismo es el apoyo y facilidades para el crecimiento de emprendimientos con características sostenibles, entre las medidas constan brindar créditos a tasas de interés preferenciales (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017).

Seguidamente, en relación a la variable lugar de comercialización y clientes de los emprendimientos, la importancia fue identificar al mercado meta, las necesidades y preferencias de los consumidores, así como de establecer estrategias para la comercialización de productos y servicios genera ventajas competitivas, en tal razón es conveniente un estudio de mercado capaz de clasificar a los clientes para cada emprendimiento y en virtud a ello establecer otras estrategias del marketing operativo centradas en mejorar el producto, la plaza, los precios y la promoción, la falta de estrategias de marketing representan debilidades para las empresas que las desmejoran en su actuación (Aguirre y Tumbaco, 2018).

La estructura organizativa muestra que el 100% de los emprendimientos de la EPS mantiene su estructura formal, poseen estatutos y normas internas, pero solo el 69 % de socios

de estos emprendimientos conoce sobre estas legalidades. Este tipo de organizaciones cuentan con un buen Gobierno Corporativo, presentan estatutos, órganos directivos de control interno, asambleas de socios, consejos de administración y vigilancia que garantizan el buen funcionamiento de las organizaciones (LOEPS, 2011). De tal forma es una fortaleza para los emprendimientos.

Por otra parte, en la variable competitividad de los emprendimientos, se pudo observar una amenaza que es el crecimiento de la competencia de otros lugares, las cuales pueden ser enfrentadas con la práctica de calidad en servicios y productos, por lo que es necesario hacer un diagnóstico de la competitividad del mercado, identificar aquellas fortalezas de los emprendimientos, mejorar las debilidades, mitigar amenazas y aprovechar oportunidades, ello sirve para tomar decisiones en el bien de los emprendimientos (Portugal, 2017).

Para finalizar en la variable apoyo recibido y necesidades de capacitación, se determina que la capacitación es el punto fundamental para provocar cambios en la organización, es el punto en el cual se generan nuevas formas de trabajo, se crea innovación, se mejoran las relaciones personales y se impulsa a obtener los objetivos planteados, por ello es una perspectiva estratégica generar espacios de mejora del personal a través de la capacitación (Espinoza, 2007).

Propuesta del diagnóstico

A continuación, se muestra un diagnóstico en base a la metodología FODA Emprendimientos de la Economía Popular y Solidaria (EPS) en el cantón Cañar.

Matriz de identificación de factores fuerzas de Porter.

Ambiente	Oportunidades	Amenazas
Factores Económicos	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo a través de créditos para emprendimientos a tasas bajas de interés. • Disminución impositiva en impuestos a organizaciones de la EPS 	<ul style="list-style-type: none"> • Alto costo de canasta básica \$751 que influye en el consumo • Inflación mensual alta \$0,65 que influye en costos de producción y en los precios de productos y servicios • Desempleo 4% que influye en la capacidad adquisitiva • Pobreza en el 39.2% que influye en la cantidad de demanda (INEC, 2022).
Factores Demográficos	<ul style="list-style-type: none"> • Alta demanda de productos locales por parte de la población, • Nivel educativo de la población, • Buenas características de los lugares geográficos para la producción agropecuaria. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alto índice de migración que afecta a la mano de obra y el consumo, • Alto porcentaje de personas en edad adulta que conforma los emprendimientos y falta de integración y compromiso de jóvenes.
Factores Políticos	<ul style="list-style-type: none"> • Buenas relaciones de gobiernos locales y movimientos políticos con emprendimientos de la zona. • Alto grado de apoyo a las organizaciones de la EPS desde la SEPS y el estado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libres políticas de importación que facilitan el ingreso de productos similares y sustitutivos al mercado local.
Factores Legales	<ul style="list-style-type: none"> • Facilidades en la constitución de emprendimientos • Representatividad legal en la Constitución de la República del Ecuador, la LOEPS, y su reglamento • Normas internas normadas 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de control de normas de precios a proveedores y productores.
Factores Socioculturales	<ul style="list-style-type: none"> • Alta fidelización de los consumidores locales que prefieren productos de la zona de Cañar. • Identidad cultural arraigada en vestimentas que favorecen a ciertos emprendimientos para su producción 	
Factores Tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> • Alto nivel de desarrollo en tecnologías para la producción, • Creciente uso de redes sociales que favorecen a canales de ventas y a la publicidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Costos elevados de maquinaria y equipos tecnológicos.
Factores Ambientales	<ul style="list-style-type: none"> • Normas que impulsan la calidad de la producción y favorecen a los emprendimientos artesanales 	<ul style="list-style-type: none"> • Sanciones al incumplimiento de trato de residuos que provienen de los emprendimientos.

Matriz de identificación de factores fuerzas de Porter.

Ambiente	Oportunidades	Amenazas
Rivalidad entre competidores	<ul style="list-style-type: none"> Precios competitivos con los cuales pueden competir los emprendimientos. La competencia proviene de personas individuales y mediante el poder asociativo se pueden extraer ventajas 	<ul style="list-style-type: none"> Incremento de diferentes negocios provenientes de otros lugares Diversificación de productos existentes en el mercado que compiten con los emprendimientos locales Cantidad alta de productos industriales que incrementan la competitividad en los diferentes sectores industriales Alto nivel de tecnificación de la competencia
Amenaza de nuevos competidores	<ul style="list-style-type: none"> El posicionamiento de otros negocios relacionados a los emprendimientos locales lleva tiempo 	<ul style="list-style-type: none"> Barreras de entrada y salida en los emprendimientos locales son bajas A través del ecommerce se pueden contactar nuevos ofertantes con facilidad
Poder de negociación de los Clientes	<ul style="list-style-type: none"> El precio y la calidad son parámetros de consumo. 	<ul style="list-style-type: none"> Poder de negociación alto Mucha información para acceder a diferentes ofertantes
Poder de negociación de Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> Gran cantidad de proveedores para los diferentes emprendimientos Gran cantidad de medios de negociación a nivel local y nacional Gran variedad de insumos 	<ul style="list-style-type: none"> Pocas facilidades de pago Tiempos de entrega
Productos sustitutivos	<ul style="list-style-type: none"> Baja calidad de productos sustitutivos. 	<ul style="list-style-type: none"> Gran cantidad de productos sustitutivos

Matriz de identificación de factores internos

Ambiente	Oportunidades	Amenazas
Valoración de líneas de producción	<ul style="list-style-type: none"> Productos aceptados en el mercado Control de procesos a nivel de las cadenas Control de calidad 	<ul style="list-style-type: none"> Baja tecnificación Desperdicios Limitados diseños y diversidad de productos de los emprendimientos Falta transformación de productos primarios
Valoración de los productos	<ul style="list-style-type: none"> Alto nivel de calidad de productos 	<ul style="list-style-type: none"> Desconocimiento de la sociedad por los productos
Involucrados	<ul style="list-style-type: none"> Alto compromiso de los socios Nivel organizacional definido Empoderamiento dentro de los emprendimientos de parte de los socios 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de conocimiento de herramientas de gestión administrativa en la planificación, organización, dirección y control

Ambiente	Oportunidades	Amenazas
Análisis funcional, global del potencial competitivo de la cadena de valor	<ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones definidas • Empoderamiento de los socios • Motivación del personal 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de medios de acopio y almacenamiento de la producción en gran cantidad de emprendimientos • Falta de transformación de la materia prima en productos de consumo • Falta de manejo de logística interna en la recepción, almacenamiento y distribución de los productos • Bajo nivel de publicidad y marketing • No existen mecanismos en la posventa para conservar e incrementar clientes • Falta de desarrollo tecnológico • Falta de Capacitación del personal

FODA priorizado

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
F. 1	Productos aceptados en el mercado	D. 1	Bajo nivel de tecnificación en los procesos productivos
F. 2	Control de procesos a nivel de las cadenas	D. 2	Falta de innovación en diseños, diversidad y transformación de productos
F. 3	Control de calidad de productos	D. 3	Desconocimiento de la sociedad por los productos.
F. 4	Empoderamiento y alto compromiso de los socios	D. 4	Falta de capacitación y conocimiento de herramientas de gestión administrativa en la planificación, organización, dirección y control
F. 5	Nivel organizacional definido	D. 5	Falta de medios de acopio y almacenamiento de la producción en gran cantidad de emprendimientos
F. 6	Motivación del personal	D. 6	Falta de estudios de mercado y propuestas de marketing
OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
O. 1	Apoyo a través de créditos para emprendimientos a tasas bajas de interés.	A. 1	Alto porcentaje de personas en edad adulta que conforma los emprendimientos y falta de integración y compromiso de jóvenes.
O. 2	Alta fidelización y demanda de productos locales por parte de la población	A. 2	Alto nivel de tecnificación de maquinaria y equipos tecnológicos
O. 3	Alto nivel de desarrollo en tecnologías para la producción	A. 3	Incremento de diferentes negocios provenientes de otros lugares
O. 4	Creciente uso de redes sociales que favorecen a canales de ventas y a la publicidad	A. 4	Cantidad alta y diversificación de competencia directa y de productos sustitutos industriales que incrementan la competitividad en los diferentes sectores industriales
O. 5	El precio y la calidad son parámetros de consumo	A. 5	Poder de negociación alto cliente que accede a información constante
O. 6	Gran cantidad medios de negociación, de proveedores en maquinaria e insumos para los diferentes emprendimientos	A. 6	Costos elevados en inversión de maquinaria

Matriz de objetivos estratégicos

	Oportunidades	Amenazas
Fortalezas	Posicionar a los emprendimientos de la EPS del cantón Cañar por diferenciación de productos utilizando la calidad de los productos.	Mejorar la competitividad de los emprendimientos de la EPS mediante la tecnificación de los procesos de la cadena de valor.
Debilidades	Incrementar las ventas de los productos mediante la generación de innovación, nuevos diseños y transformación, identificando las necesidades de los clientes mediante el estudio de mercado.	Mejorar la gestión empresarial administrativa y de marketing mediante la capacitación de socios y directivos para generar sostenibilidad en los emprendimientos.

Matriz estratégica

	Oportunidades	Amenazas
Fortalezas	Posicionamiento de los emprendimientos por diferenciación de las marcas. Estrategia Ofensiva.	Competitividad en los procesos internos. Estrategia defensiva.
Debilidades	Innovación y desarrollo. Estrategia de reorientación.	Gestión administrativa y Márquetin Estrategia de supervivencia.

Cuadro de mando integral

Perspectivas	Objetivos estratégicos	Estrategias	Acciones impulsadoras	Indicadores
Financiera	Incrementar las ventas de los productos mediante la generación de innovación, nuevos diseños y transformación, identificando las necesidades de los clientes mediante el estudio de mercado.	Innovación y desarrollo.	Crear nuevos productos Incursionar en nuevos mercados	Crecimiento en ventas Crecimiento en cuotas de mercado
Clientes	Posicionar a los emprendimientos de la EPS del cantón Cañar por diferenciación de productos utilizando la calidad de los productos.	Posicionamiento de los emprendimientos por diferenciación de las marcas.	Calidad de productos Satisfacción a clientes	Satisfacción a clientes Nivel de posicionamiento

Perspectivas	Objetivos estratégicos	Estrategias	Acciones impulsadoras	Indicadores
Procesos Internos	Mejorar la competitividad de los emprendimientos de la EPS mediante la tecnificación de los procesos de la cadena de valor.	Competitividad en los procesos internos.	<ul style="list-style-type: none"> • Aquisición de maquinaria • Adquisición de tecnología • Implementación de tecnificación en los procesos. 	Numero de emprendimientos con procesos tecnificados
Aprendizaje y crecimiento	Mejorar la gestión empresarial administrativa y de marketing mediante la capacitación de socios y directivos para generar sostenibilidad en los emprendimientos.	Gestión administrativa y Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación a socios. • Generar empoderamiento en los socios en la participación en procesos de gestión administrativa. • Socialización de normas internas 	Cantidad de socios capacitados Cantidad de emprendimientos con procesos de gestión administrativa aplicados

CONCLUSIONES

Para finalizar dentro del diagnóstico de Emprendimientos de la Economía Popular y Solidaria (EPS) El cantón Cañar se pudo evidenciar que posee un grupo importante de emprendimientos de la economía dedicados a la producción agrícola y agropecuaria principalmente, los cuales se ubican en su mayoría en las zonas rurales. En donde se apreció que los emprendimientos son una fortaleza, pues están normados con estatutos y reglamentos internos que permiten su normal funcionamiento; muestran también una participación importante de socios comprometidos con el desarrollo, predominando hombres, pero con una creciente participación de mujeres; sin embargo, se requiere tomar acciones para involucrar a la población joven dentro de estas actividades.

Además, se pudo evidenciar que deben ser atendidas actividades como la capacitación de sus socios en áreas administrativas, ventas y marketing, el acceso a créditos, la tecnificación de sus procesos, la construcción de herramientas de gestión administrativa, la generación de innovación, desarrollo y transformación de sus materias primas para generar productos competitivos, capaces de aprovechar las bondades de calidad que presentan.

Se recomienda a los emprendedores considerar el presente diagnóstico para tomar decisiones estratégicas que impulsen la competitividad y posicionamiento dentro del mercado, pues contiene información relevante sobre las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que se encuentran en el contexto externo e interno de cada emprendimiento; así también la presente investigación puede tomarse

de sustento para otras similares; finalmente considerar que existen limitaciones en el trabajo pues se hace un análisis a nivel general de los emprendimientos de la EPS debiendo reflexionar en un análisis a profundidad de cada uno de ellos.

Aspectos Éticos – Legales. Los autores declaran haber respetado las normas éticas salvaguardando lo establecido en el ejercicio profesional.

Conflicto de Intereses. En la presente investigación los autores declaran no haber incurrido en ningún conflicto que desglose cualquier interés personal al realizar el presente artículo.

REFERENCIAS

- Aguirre, L., y Tumbaco, L. (2018). Influencia del marketing competitivo en la competitividad en tiendas de barrio. Guayaquil, Ecuador. <https://n9.cl/4s2bu>
- Amador, C. (2022). El análisis PESTEL. 4(8), 1-2. <https://n9.cl/sfh20>
- Araya, S. (2021). Autoconfianza y actitud hacia la enseñanza del emprendimiento: impulsores clave de la intención emprendedora. *Cuadernos De Investigación Educativa*, 12(2), 1-19. <https://doi.org/https://doi.org/10.18861/cied.2021.12.2.3091>
- Barbetti, A. (2020). Promoción de emprendimientos y autoempleo para jóvenes en políticas y programas de Argentina. *evista De Ciencias Sociales*, 26(1), 272-286. <https://doi.org/https://doi.org/10.31876/rcs.v26i1.31324>
- Borja, A., Carvajal, H., & Vite, H. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Espacios*, 41(24), 183-196. <https://n9.cl/q8m6y>
- Boza, J., Manjarrez, N., & Mendoza, E. (2020). Emprendimiento sostenible en comunidades rurales de la Provincia de los Ríos. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 1(33), 1-23. <https://n9.cl/6qtnj>
- Camino, R., & Aguilar, A. (2017). Emprendimiento e innovación en Ecuador, análisis de ecosistemas empresariales para la consolidación de pequeñas y medianas empresas. *INNOVA*, 2(9), 73-87. <https://doi.org/https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/504/429>
- Carlson, C, & Villarreal, A. (2020). Análisis de las 5 fuerzas de Porter aplicado a una refaccionaria de bicicletas y motocicletas . *Boletín Científico De Las Ciencias Económico Administrativas Del ICEA*, 8(16), 44-47. <https://doi.org/https://doi.org/10.29057/icea.v8i16.5832>
- Chiusoli, C. (2017). A Teoria e Prática como uma Proposta de um Diagnóstico Empresarial. *Rev. Ciênc. J uríd. Empres., Londrina*, v.18, n., 18(1), 40-50. <https://doi.org/https://doi.org/10.17921/2448-2129.2017v18n1p40-50>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). [Const]. Art. 283. 20 de octubre de 2008. Ecuador. <https://www.seps.gob.ec/wp-content/uploads/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador.pdf>
- Cortez, R., Portillal, Y., Balanzategui, P., & Fernández, M. (2022). Manual de funciones para el laboratorio ECOPHARM S.A . *Prohominum*, 3(2), 1-29. <https://doi.org/https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0066>
- Espinoza, Ó. (2007). Capacidades asociativas en emprendimientos de economía solidaria. El caso de las comunas Tsáchila de Santo Domingo en Ecuador. Argentina: OIT. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---ilo-buenos_aires/documents/publication/wcms_bai_pub_97.pdf
- García, V., & Solarte, M. (2019). La asociatividad y el emprendimiento. *Visión Empresarial*, 1(9), 25-40. <https://doi.org/https://doi.org/10.32645/13906852.867>
- Hernández, E., Bautista, D., Maldonado, M., & Huitron, G. (2022). Emprendimiento. *TEPEXI Boletín Científico De La Escuela Superior Tepeji Del Río*, 9(17), 70-71. <https://doi.org/https://doi.org/10.29057/estr.v9i17.8084>

- INEC. (28 de 7 de 2022). *www.ecuadorencifras.gob.ec*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Larrinaga, C. (2019). El proceso de la encuesta online. 1(39), 1-4. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7138328>
- Lasio, V, Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeñana, J. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/202*. BABSON. https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf
- Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria [LOEPS] de 2011. (2011, 10 de Mayo). Registro Oficial No. 444. <https://www.seps.gob.ec/wp-content/uploads/Ley-Organica-de-Economia-Popular-y-Solidaria.pdf>
- López, G., & Rivera, J. (2020). De la teoría a la práctica: El emprendimiento en Ecuador en época de COVID-19. *REvista de Investigación y Desarrollo I+D*, 12(1), 75-84. <https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/dide/article/download/982/914>
- Martínez, R., & González, M. (2021). Capítulo 8: Simulador de juego estratégico. *Catálogo Editorial*, 1(185), 127-140. <https://doi.org/https://doi.org/10.15765/poli.v1i185.1923>
- Mata, D. (2019). Diseños de investigaciones con enfoque cuantitativo de tipo no experimental. <https://n9.cl/dt2rj>
- Michaux, S., & Cadiat, A. (2016). *Las cinco fuerzas de Porter: Cómo distanciarse de la competencia con éxito*. 50Minutos.es.
- Navas, A., & Moncayo, J. (2019). El empoderamiento productivo de la mujer como consecuencia de la Inclusión Financiera. *INNOVA Research Journal*, 4(3.2), 152-171. <https://doi.org/https://doi.org/10.33890/innova.v4.n3.2.2019.1125>
- Portugal, V. (2017). *Diagnóstico empresarial*. Fundación Universitaria del Área Andina. <https://core.ac.uk/download/pdf/326423305.pdf>
- Ramos, C. (2020). Los Alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9(3), 1-5. <https://doi.org/https://doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Reglamento de la LOEPS de 2012. (2012, 27 de Febrero). Suplemento del Registro Oficial No. 648. <https://www.seps.gob.ec/wp-content/uploads/Reglamento-General-de-la-Ley-Organica-de-Economia-Popular-y-Solidaria.pdf>
- Ruiz, M. (2019). Educación y Desarrollo Humano. *Revista Complutense de Educación*, 30(2), 673-674. <https://n9.cl/j9ck0>
- Salazar, F., González, J., Sánchez, P., & Sanmartin, J. (2019). Emprendimiento e innovación: Agentes potenciales de la empresa familiar. *SAPIENTIAE: Ciências sociais, Humanas e Engenharias*, 4(2), 247-265. <https://publicacoes.uor.ed.ao/index.php/sapientiae/article/download/170/163>
- Sánchez, A. (2021). *Generalidades de la economía popular y solidaria del Ecuador*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato. https://fca.uta.edu.ec/v4.0/images/OBSERVATORIO/dipticos/Diptico_N84.pdf
- Sánchez, L., & Pérez, M. (2015). Las entidades de economía social como protagonistas de un nuevo modelo de emprendimiento y medidas legales de apoyo al emprendimiento. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 1(84), 35-62. <https://doi.org/https://ojs.uv.es/index.php/ciriecespana/article/view/13398/12262>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Guía metodológica de planificación institucional*. <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/06/GUIA-DE-PLANIF.pdf>
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria - SEPS de 2022. (2022, 20 de junio). *Información de la economía popular y solidaria*. estadisticas.seps.gob.ec: <https://www.seps.gob.ec/wp-content/uploads/Actualidad-y-Cifras-EPS-reducido-abr2022.pdf>
- Suárez, N., Sáenz, J., & Mero, J. (2016). Elementos esenciales del diseño de la investigación. Sus características. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 2(1), 72-85. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5802935>

- Suárez, W., Díaz, J., & Pereira, M. (2021). Perfil competitivo como herramienta para la gestión estratégica de la investigación en universidades. *Redalyc*, 18(35), 259-286. <https://n9.cl/cd5j2>
- Terán, E., & Guerrero, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Espacios*, 41(7), 7. <https://n9.cl/5drch>
- Thompson, J., Strickland, A., & Gamble, A. (2012). *Administración Estratégica (18 ed)*. McGraw-Hill. <https://n9.cl/7b9vl>
- Torrea, A., Guerrero, F., & Paradas, M. (2017). Financiamiento utilizado por las pequeñas y medianas empresas.
- Trujillo, L., & Martínez, R. (2021). Capítulo 1: Simulador de Diagnostico Empresarial. *Catálogo Editorial*, 1(774), 23-45. <https://journal.poligran.edu.co/index.php/libros/article/view/1909/1832>
- Valencia, L. (2017). Emprendimiento en Ecuador. Estudio de Caso: Provincia de Santa Elena. *Revista Killkana Sociales*, 1(2), 17-32. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6297479>
- Vásquez, V., Bastos, L., & Mogrovejo, J. (2020). Metodología para la evaluación interna de una cadena de valor. *Clío América*, 14(27), 401-408. <https://doi.org/https://doi.org/10.21676/23897848.3685>
- Vizueta, V. (2020). Los factores que afectan a los emprendimientos en el Ecuador. *INNOVA*, 122-133. <https://n9.cl/79fri>