

MEMORIAS CIENTÍFICAS DEL

1^{ER} CONGRESO INTERNACIONAL^{de} ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Claves que garantizan su éxito



COMPILADORES:

Ing. Ma. Gabriela Mancero
Lic. Max Olivares Alvares

ISBN: 978-9942-14-452-2

**MEMORIAS CIENTIFICAS DEL I CONGRESO
INTERNACIONAL DE ADMINISTRACION DE
EMPRESAS**

Claves que garantizan su éxito

I CONGRESO INTERNACIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Dr. Enrique Pozo Cabrera, MGT
Rector de la Universidad Católica de
Cuenca

Lic. M.S.c.(c) D. Max Olivares
Alvares
Director del CIDE

Lic. Ana Luisa Guijarro Cordero
Vicerrectora Académica

Director Adjunto
PhD. José Lázaro Quintero

Ing. Diego Cisneros Quintanilla. MBA
Decano de la Unidad Académica de
Administración

Ing. Gabriela Mancero
SubDirectora General

Ing. com. Pedro Astudillo Arias, MBA
Director de carrera

Ing. Valeria Bermeo
Coordinadora Académica

**Memorias Científicas del I CONGRESO INTERNACIONAL DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Compiladores: Ing. Gabriela Mancero Arias
Lcdo. Max Olivares Alvares

ISBN: 978-9942-14-452-2
1° Edición, Mayo 2016

Edición con fines académicos no lucrativos.
Impreso y hecho en Ecuador

Diseño y Tipografía: Lic. Pedro Naranjo Bajaña

Reservados todos los derechos. Está prohibido, bajo las sanciones penales y el resarcimiento civil previstos en las leyes, reproducir, registrar o transmitir esta publicación, íntegra o parcialmente, por cualquier sistema de recuperación y por cualquier medio, sea mecánico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o por cualquiera otro, sin la autorización previa por escrito al Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador (CIDE) y la Universidad Metropolitana (UMET).

Compiladores: Ing. Gabriela Mancero Arias
Lcdo. Max Olivares Alvares

Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador
Cda. Martina Mz. 1 V. 4 - Guayaquil, Ecuador
Tel.: 00593 4 2037524
<http://www.cidecuador.com>

Presentación.-

La investigación científica es la verdadera y única fuente del nuevo conocimiento, sin ella la cátedra se torna obsoleta y la vinculación con la colectividad ineficiente.

La Unidad Académica de Administración de la UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA en un esfuerzo de cooperación interinstitucional con el Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador CIDE, lleva a cabo el 1er Congreso Internacional de Administración de Empresas, teniendo como objetivos: impulsar la investigación científica en la región, generar intercambio entre docentes e investigadores, mostrar los temas vanguardistas que atañe a la Administración de empresas resultantes de la investigación de los expositores, y claro, procurar la creación de redes de investigación y convenios Inter Institucionales.

El evento tiene lugar entre el 31 de mayo y el 3 de Junio del presente año, fechas en las que en el Paraninfo Cesar Cordero Moscoso de la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay, se dieron cita Investigadores de Varias Universidades de Ecuador y de otros países de la Región y el Mundo, para cumplir con los objetivos planteados.

Cerca de 350 asistentes participaron de intensas pero provechosas jornadas de trabajo, en las que, en cada ponencia, demostró un despliegue asombroso de conocimientos y destreza en la técnica investigativa, despertando un gran interés por el auditorio.

A continuación se presenta los resúmenes de dichas ponencias.

Ing. Diego Cisneros Quintanilla, MBA.

Decano de la Unidad Académica de Administración

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Conferencias:

Profesionalización de la empresa familiar

Dr. Imanol Belausteguigoitia Rius
Instituto Tecnológico Autónomo de México
imanol@itam.mx

Palabras claves: profesionalización, particularidades de empresas familiares, conflicto, proceso de sucesión, continuidad de la empresa.

Resumen:

Las empresas familiares tienen un gran peso en la economía mundial, éstas son distintas a las empresas comunes gracias a sus particularidades de la empresa familiar y la interrelación de las áreas que la conforman (Empresa, Familia y Propiedad). A causa de esta interrelación surge una "zona de conflicto", la cual debe reducirse mediante el establecimiento de reglas claras y del proceso de profesionalización.

En las empresas familiares el sistema familiar y el sistema empresarial se superponen causando que la relación y la influencia entre ambos sistemas sea intensa, dando lugar a mayores posibilidades conflictos. Un mal manejo de los conflictos a nivel de empresa o de familia, supone una fuerte amenaza a la consolidación y la continuidad de la empresa a causa de la falta de equilibrio en los sistemas.

La profesionalización evita conflictos entre los distintos sistemas, ya que brinda claridad en procesos y roles dentro de la empresa. A su vez esto es un factor fundamental en términos de continuidad, ya que a medida en la que la empresa incrementa su nivel de profesionalización se vuelve más competitiva con respecto a otras empresas, garantizando así un mayor tiempo en el mercado. Asimismo, el crecimiento desigual entre familia y empresa representa una amenaza a la continuidad de la empresa cuando no se realiza desde profesionalización, una planeación y las intervenciones adecuadas.

De igual manera, El proceso de sucesión es una de las pruebas más difíciles en las empresas, la cual se debe planear anticipada y específicamente como se llevará a cabo, para lograr la continuidad en la empresa. En conclusión, la profesionalización es fundamental para la relación armónica entre sistemas y para la permanencia.

Gobierno Corporativo

Dr. Imanol Belausteguigoitia Rius
Instituto Tecnológico Autónomo de México
imanol@itam.mx

Palabras claves: profesionalización, conflicto, Órganos de Gobierno, empresa familista, continuidad.

Resumen:

Las empresas familiares que no tienen un nivel de profesionalización se definen como *empresas familistas*. Desafortunadamente las practicas de estas empresas amenazan no sólo la continuidad de la empresa, sino la armonía en entre los sistemas de empresa, familia y propiedad, ya que la falta de reglas claras puede ser causa de fricciones entre los miembros de la familia. Los conflictos que surjan dentro de esta dinámica pueden ser de dos tipos, el disfuncional que tiene causas emocionales (celos, rivalidad, egoísmo) y suele ser perjudiciales para el sistemas; mientras que el funcional que se encuentra a nivel cognitivo y supone que una diferencia de opinión sobre procedimientos y objetivos dentro de la organización.

La permanencia de las empresas familiares es fundamental ya que estas son un tienen una gran influencia en la economía a nivel nacional e internacional. En este sentido, las prácticas adecuadas favorecerán la continuidad de la empresa a lo largo de las generaciones, sobretodo considerando que estadísticamente se ha observado que la mayoría de las empresas familiares ven amenazado su continuidad en la tercera generación.

La dinámica tan singular de las empresas familiares hace necesario la creación de mecanismos que permitan un enlace profesional y armónico entre sus subsistemas. Es por ello que los órganos de gobierno juegan un papel preponderante en la articulación formal entre sistemas y en la delimitación de los mismos, ya que aísla las influencias negativas de la familia sobre la empresa. La Asamblea de Accionistas, el Consejo de Administración, el Consejo Consultivo y el Consejo Familiar permite la comunicación y la vinculación adecuada de los sistemas, así como la toma de decisiones imparcial y profesional con respecto a la empresa.

La competitividad de la PYME Latinoamericana

Dra. María Luisa Saavedra García
Universidad Nacional Autónoma de México
maluisasaavedra@yahoo.com

Palabras claves: Competitividad, PYME, Productividad, Modelo Sistémico.

Resumen:

Las PYME en Latinoamérica son importantes por su magnitud en promedio el 85% son Microempresas y Pequeñas y medianas el 99.12%. En cuanto a la estructura sectorial: Comercio 49%, Servicios 38% y Manufactura 13%. Por lo tanto estudiarlas para comprender su problemática reviste vital importancia, toda vez que aportan el 60% del Producto interno bruto y generan el 64% del empleo.

La competitividad empresarial depende tanto de factores internos y externos, por tal razón es necesario comprender la situación de la PYME Latinoamericana bajo el enfoque sistémico de competitividad, analizando cuatro niveles: MACRO, donde se da cuenta de los aspectos del entorno económico y su incidencia en las PYME, MESO, trata de los aspectos de infraestructura regional que existe en el entorno cercano a las PYME y que pueden impulsar o limitar sus desarrollo, META, es el entorno sociocultural de las PYME que tiene que ver con el nivel educativo, los aspectos que facilitan la implementación de negocios, entre otros aspectos.

Para lograr que las PYME en Latinoamérica, sean competitivas es necesario entre otros aspectos, mejorar la cultura empresarial, implementar políticas públicas que permeen en todos los estratos empresariales especialmente en las PYME, y proveer de acceso a las fuentes de financiamiento que les permitan contar con capital a menor costo que el promedio del mercado, para que de este modo puedan incrementar su rentabilidad.

El Financiamiento de la PYME Latinoamericana

Dra. María Luisa Saavedra García
Universidad Nacional Autónoma de México
maluisasaavedra@yahoo.com

Palabras claves: Financiamiento, PYME, SGR

Resumen:

El segundo problema más importante de las PYME en Latinoamérica, después de la corrupción y el narcotráfico es la falta de acceso a fuentes de financiamiento.

Durante los primeros años de vida de la empresa, el mercado de crédito juega un papel fundamental como proveedor de fondos, sin embargo las imperfecciones del mercado de crédito dificultan su acceso a los mismos, nos encontramos ante un panorama que pone en peligro la continuidad de la empresa según su edad y tamaño.

Las empresas que manejan un endeudamiento moderado son más susceptibles de sobrevivir de ahí la importancia de que cuenten con acceso a fuentes de financiamiento acordes a sus características y necesidades específicas

La realidad de la PYME Latinoamérica es que no cuenta con acceso a fuentes de financiamiento bancario y que los fondos de fomento han sido incipientes para solucionar este problema. En los últimos años surge como solución a este problema los Sistemas de Garantías recíprocas que intentan solucionar el principal problema de las PYME para acceder a fuentes de financiamiento: La falta de garantías.

Liderazgo nivel 5 como catalizador del éxito empresarial.

Dr. Seatiel Alvarez Sánchez
Universidad Latina de Costa Rica
sealtiels@gmail.com

Palabras claves: liderazgo, nivel 5, líder, emprendedurismo, excelencia empresarial

Resumen

Un líder excepcional es fundamental no solo para lograr el establecimiento de objetivos, sino más importante, dirigir las personas hacia una meta inspiradora. ¿Cuáles son las características del líder en las organizaciones con desempeño excepcional? ¿Pueden desarrollarse esas características? De ser así, ¿cómo? La ponencia presenta los conceptos fundamentales del liderazgo nivel 5 y explica su aplicación práctica en el mundo globalizado. Se explican las características fundamentales del líder nivel 5: humildad y tenacidad. La exposición amplía conceptos tales como: la ventaja y el espejo, el erizo, innovación, emprendedurismo y su aplicación en las pequeñas empresas.

Innovación como motor del éxito empresarial

Dr. Seatiel Alvarez Sanchez
Universidad Latina de Costa Rica
sealtiels@gmail.com

Palabras claves: innovación, éxito empresarial, globalización, competitividad, sociedades de la información

Resumen:

Los rápidos cambios globales producidos como resultado de la transición hacia la sociedad de la información, plantean un reto a las empresas para lograr la competitividad internacional. La habilidad para innovar y rápidamente adaptarse resulta fundamental en ese entorno. ¿Cómo se miden la innovación de una empresa? ¿Es posible mejorar el proceso de innovación? De ser posible, ¿cómo se hace? Se analizan modelos para gestionar y promover la innovación empresarial y se relaciona la competitividad empresarial con la gestión de procesos de innovación.

Sostenibilidad y Competitividad en las Organizaciones “Un análisis desde los Stakeholders”

Phd(e) Mario Heimer Flórez Guzmán

Mgr. Maria Fanny Castro Arbeláez

Jose Obdulio Curvelo Hassan

Univerisdad Libre de Cali

Universidad Cooperativa de Colombia sede Ibagué

Mario.Florez@campusucc.edu.co

Resumen

Los Stakeholders pueden ser definidos como todos los actores sociales que, producto de las decisiones y objetivos de una empresa se pueden ver afectados, ya sea de forma positiva o negativa. Así por ejemplo, los dueños de una compañía, sus trabajadores, la comunidad donde ésta ópera y sus proveedores, entre otros forman parte de este grupo (Donaldson & Preston , 1995) Ahora bien, la teoría de los Stakeholders tiene tradiciones que posiciona el discurso al rededor de la empresa, además de la importancia que tiene el bien común frente al bien particular, y de la importancia de la inversión socialmente responsable en el beneficio de las comunidades (Freeman, 2005; Sunder, 2005; Barrera, 1999) permitiendo que los diferentes grupos de interés puedan expresar sus intereses, a fin de que sean tenidos en cuenta en los procesos administrativos y que la información (financiera y no financiera) que se genere al interior de la organización sea accesible, sea concreta y útil para sus necesidades específicas (Carrasco, 2006; Araujo, 1995; Agrandaña, 1998; Castrillón, 2005), fortalecida de la misma forma por la concepción liderada por Donaldson & Preston (1995) quienes plantean que los derechos de los grupos de interés son inherentes a ellos; asimismo, en las concepciones más contemporáneas Larrinaga y Rodríguez (2010) se afirma que “las metodologías que combinan información de distinta naturaleza como la cualitativa y cuantitativa, la subjetiva y objetiva, la interna y externa al propio fenómeno estudiado, contribuyen a su mejor comprensión y lecturas holistas” que permiten ser útiles para los grupos de interés de la empresa.

Nos remitimos ahora a la definición de marketing, el cual ante la sociedad se ha definido como el conjunto de actividades que una empresa realiza para realizar propaganda, divulgar, convencer y persuadir a las personas, concepto equivoco que se ha generado a inicio del siglo XX y que en la evolución del Marketing planteada por Mancebo (2012) se defiende que ésta está basada en algo tan

sencillo como la capacidad de adaptarse a los cambios basándose principalmente en la observación de las necesidades de la comunidad -cliente- fortaleciéndose en definir que, en el escalado de tiempo, se ve como las variaciones de ciertos factores están influenciando la forma de cómo las especies han de adaptarse a las nuevas condiciones o su destino quizá es desaparecer, lo que se considera en el día a día como que la evolución no es más que una conversación en el ascensor sobre el tiempo.

Concomitante con lo anterior, Kottler & Keller (2011) sostienen que "la tarea no es encontrar clientes correctos para nuestros productos, la tarea es encontrar productos correctos para nuestros clientes", en síntesis, conozca sus clientes y ofrézcales productos que los satisfagan; no obstante, al identificar a quienes se afecta directa e indirectamente en la empresa, permite dar un reconocimiento a los grupos de interés Stakeholders, grupos, que deben ser tenidos en cuenta en las decisiones de las organizaciones y que como resultado de la identificación de estos grupos se pone en práctica el Marketing Holístico, donde la empresa debe centrar su planeación de marketing en 4 factores, Marketing interno, Marketing integrado, Marketing socialmente responsable y marketing de relacionamiento.

Desde el concepto de marketing responsable y apalancándonos en la importancia que ha tomado este último en la comunidad mundial, la presente conferencia tiene como objetivo mostrar la importancia que tiene implementar políticas de sostenibilidad al interior de la organización y la forma de cómo hacerlas visibles ante los stakeholders con el objetivo de mejorar las ventajas competitivas en el mercado.

En la conferencia se tratarán los siguientes temas: importancia de la sostenibilidad en la empresa, calidad de los servicios, marketing socialmente responsable, marketing de relacionamiento, desempeño financiero y ventajas competitivas, para concluir el grado de importancia que tiene la implementación de políticas de sostenibilidad, en el mejoramiento de las ventajas competitivas de las organizaciones (MiPYMES)

La responsabilidad social y ambiental como unidades generadoras de valor en las empresas.

Phd(e) Mario Heimer Flórez Guzmán
Mgr. María Fanny Castro Arbeláez
Jose Obdulio Curvelo Hassan
Universidad Libre de Cali
Universidad Cooperativa de Colombia sede Ibagué
Mario.Florez@campusucc.edu.co

Resumen

El concepto de Auditoría Social ha sido gestado de las sociedades liberales y de manera relevante en la democracia, la que a través de esta figura fortalece las formas de expresión y de diálogos entre los ciudadanos y las autoridades, participación que será entendida tanto en la evaluación sobre su desempeño como alrededor de las necesidades en el marco del proceso electoral, lo cual ha sido fuertemente tratado desde la teoría de la investidura orgánica (Jellinek, G., & Jellinek, W, 1914; 2013; Vishniak, 1945). Así mismo, estos postulados han sido absorbidos por los enfoques contemporáneo de la institucionalización de las empresas y de las diferentes formas de organización (Powell & Colyvas, 2008; Suddaby, 2010; Zietsma & Lawrence, 2010; Lawrence, et al., 2011; Pierides, 2016). Ahora bien, dado que las organizaciones iniciaron a gestar programas de responsabilidad social y ambiental (RSA) y estos a su vez, asumían responsabilidades que antes eran potestativa del Estado, dentro de ellas: educación, salud, vivienda, etc., se favorece el tránsito de la noción de auditoría social a la gestión empresarial (Tambe, et al., 2016), conllevándola a ser importante dentro de los compromisos éticos de la organización, por lo que deberá favorecer una óptima comprensión de su eficacia social y su prácticas en un marco de sostenibilidad.

Con base en lo anterior, la presente conferencia evalúa el impacto que tiene la auditoría social en el cumplimiento de las políticas de RSA implementadas por las organizaciones y su incidencia en el mejoramiento de las ventajas competitivas. Para ello se sigue la ruta de estudio de caso desarrollada en los trabajos de Johoda, et al., (2011); Saunders, et al., (2012); Sekaran & Bougie (2013) quienes lo asumen como un método lo que favorece superar los sesgos que son develados en los trabajos de Stoeker (1991); Venkatraman & Grant (1986); Rouse & Daellenbach (1999); Bower & Wiersema (1999). La investigación se fundamenta en la teoría de los stakeholders de Donaldson & Preston (1995).

Modelo de creatividad STIM7 para el diseño de calzado de dama bajo el enfoque de subconjuntos borrosos.

Dr. Jaime Tinto Arandes, PhD
Eco. Kléber Luna Altamirano, MBA
Ing. Diego Cisneros Quintanilla MBA
Ing. William Sarmiento Espinoza, MGT
Universidad de los Andes
Universidad Católica de Cuenca
tintoster@gmail.com

Palabras claves: Calzado, creatividad, diseño, subconjuntos borrosos, STIM7.

Resumen

La creatividad es el factor fundamental en la innovación de un producto, en tal sentido, los artesanos de calzado del cantón Gualaceo, debido a la gran competencia que existe en este mercado, han decidido confeccionar nuevos productos con la finalidad de atraer más clientes y que estos diseños atractivos de calzado se conviertan en bienes de alta rotación. Para ello se hace necesario la aplicación un herramienta científica basado en la lógica difusa con la utilización del STIM7, como ejemplo demostrativo se dará a conocer los pasos a seguir en la ejecución de estas herramientas de avanzada, para lo cual se hizo necesario la obtención de información de los diferentes almacenes de materia prima y del conocimientos de los expertos para dar inicio al desarrollo del estudio. Se indica únicamente como una explicación rápida la metodología utilizada en el desarrollo de la investigación, con los siguientes pasos: 1. Se establece una morfología; 2. Extracción aleatoria; 3. Evaluación por pares según escala semántica; 4. Valuación del grupo de expertos, en donde se formaran trisociaciones, cuatrisociaciones, pentasociaciones y hexasociaciones a los niveles más altos cercanos a $\alpha = 1$ o $\alpha \geq 0,9$ (máxima formación)

Técnicas para la elaboración de un presupuesto bajo el enfoque difuso

Dr. Jaime Tinto Arandes, PhD
Eco. Kléber Luna Altamirano, MBA
Ing. Diego Cisneros Quintanilla MBA
Ing. William Sarmiento Espinoza, MGT
Universidad de los Andes
Universidad Católica de Cuenca
tintoster@gmail.com

Palabras Claves: Técnicas, Presupuesto, Fuzzy, Números borrosos triangulares

Resumen

El presupuesto forma parte consustancial en el desarrollo económico y financiero de una empresa, convirtiéndose en el eje central para poder estimar los recursos esperados que permitan alcanzar los objetivos trazados por la institución con el fin de mejorar su gestión en cada período contable.

El presente trabajo trata de presentar una nueva forma de construir los presupuestos de la empresa, partiendo de la premisa que los datos basados en registros de cifras pasadas, no pueden determinar la buena gestión financiera contable, por cuanto son datos que arrastran situaciones pasadas de ineficiencia y esconden desembolso no deseados donde no permiten tomar decisiones correctas al empresario. Con ello partimos de técnicas de lógica difusa utilizando los números borrosos trapezoidales (N.B.T.), que permiten capturar los niveles presupuestarios que requiere la empresa según sus metas a alcanzar, partiendo de las cifras actuales y permitiendo captar las restricciones estimadas de los ingresos, para poder determinar un indicador de cobertura de los presupuestos, según las metas que tenga la empresa para cada sector asignado.

Con esta técnicas permitimos que los gerentes de empresas acerquen sus cifras más a la realidad cambiante de mundo en que se desenvuelve la empresa, al permitir atrapar la incertidumbre mediante los N.B.T, los cuales reflejan un valor por debajo del cual el gasto no se producirá, un valor que indica el máximo nivel de ocurrencia del gasto durante el periodo al cual se refiera el presupuesto, y un valor por encima del cual es imposible que se realice dicho gasto. Este método permite determinar índices para la cobertura presupuestaria de las empresas y permite tomar decisiones que no se limiten al momento presente, pudiendo hacer

inferencias para la conformación de presupuestos futuros, llevando a buen puerto el futuro empresarial.

Determinación de los niveles de crédito previsionales de las empresas bajo niveles de incertidumbre

Dr. Jaime Tinto Arandes, PhD
Eco. Kléber Luna Altamirano, MBA
Ing. Diego Cisneros Quintanilla MBA
Ing. William Sarmiento Espinoza, MGT
Universidad de los Andes
Universidad Católica de Cuenca
tintoster@gmail.com

Palabras Claves:Financiación bancaria, Subconjuntos borrosos, índice de consentimiento crediticio, Números borrosos trapezoidales

Resumen

El problema de la financiación bancaria que enfrentan las empresas constituye uno de los problemas más comunes que a día de hoy emprenden los gerentes, con el fin de negociar y obtener financiación oportuna.

El presente trabajo expone una técnica para gestionar el problema de la financiación bancaria mediante subconjuntos borrosos con el fin de estimar el nivel de crédito que previsiblemente podrá obtener la empresa teniendo en cuenta las restricciones financieras impuestas por los bancos. Para ello recurrimos a la utilización de número borrosos trapezoidales como buena medida para el control de la incertidumbre, estableciendo funciones de membresía que permiten atrapar la gestión crediticia mediante funciones de pertinencia que consientan obtener la posibilidad de crédito para cada empresa en particular. Con ello mostramos como se forma un índice de consentimiento como indicador del éxito en la negociación crediticia mediante la utilización de números borrosos trapezoidales, permitiendo direccionar la empresa para su normal funcionamiento y permitiendo tomar decisiones acertadas cuando los niveles de financiación pueden dificultar el alcanzar los objetivos propuestos por la empresa

El emprendimiento y la universidad como vínculo hacia el desarrollo económico y social.

Econ. Mgs. Francisco Mosquera S.
Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE
ecopanchofdaa@gmail.com

Resumen

El desarrollo de una competencia en el estudiante universitario y su interacción con la sociedad, han marcado una tendencia en crecimiento, pues el emprendimiento se ha convertido en las instituciones de educación superior en una asignatura obligatoria, para el estudiante, como contraparte existen otras instituciones que la han tomado como una materia optativa. Este carácter en muchos de los casos, ha generado la desvinculación de las diferentes instituciones educativas de los procesos de emprendimiento generados por los estudiantes, siendo ahí que las diferentes instituciones deben empezar a canalizar estas ideas para que estos emprendimientos se vuelvan una realidad y con sus asesoramiento puedan acceder a diferentes fuentes de capacitación, financiamiento y los más importante el seguimiento al planteamiento de estas propuestas.

En general el estudiante es emprendedor, creativo, poseedor de una gran motivación, con ese espíritu particular para que sus grandes sueños, llegue a convertirse en realidad, muchos de ellos que siguen su pasión.

En este marco la universidad al convertirse en generador de nuevos emprendimientos, que desarrollen no solamente al o los emprendedores, sino que se conviertan en un aporte para el desarrollo económico y social de los sectores involucrados. Dentro de las distintas instituciones de educación superior encontramos varias formas en las que se desarrolla esta interacción, en muchos de los casos creándose un ideas de negocio, que por muchas razones no fructifican en el futuro inmediato.

Como propuesta para mejorar este desarrollo esta un manejo en niveles de desarrollo emprendedor, dentro de los cuales el estudiante inicie con una idea nueva o una innovación a un proyecto dado, para en el transcurso de su carrera.

Estos emprendimientos, desarrollados con pasión, con guía, y sobre todo con un granito de arena, se desarrollaran y rendirán frutos al desarrollo de sus ideas.

La experiencia emprendedora, dentro de la responsabilidad social y su vinculación con la universidad ecuatoriana.

Econ. Mgs. Francisco Mosquera S.
Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE
ecopanchofdaa@gmail.com

Resumen

En la actualidad, el emprendimiento se encuentra en gran desarrollo, siendo este un pilar en la mayoría de las actividades académicas de nuestras instituciones, en este sentido la academia se viene vinculando con la comunidad, convirtiéndose en más que una obligación, en una necesidad para el desarrollo de sus educandos.

La academia ha tardado en poner la responsabilidad social en su desarrollo, no es hasta el surgimiento de políticas estatales en el marco de la vinculación con la colectividad, como exigencia legal, e ir mas allá de ella, desarrollando actividades vinculantes que coadyuven partiendo desde cuatro puntos centrales, que son: su gestión interna, que convierta a la universidad en una comunidad socialmente ejemplar, alimentándose en la relación con los estudiantes y en relación con los hábitos y valores de la sociedad. En segundo lugar la docencia, la misma que debe proponer estrategias de aprendizaje en los sentidos del ABP (Aprendizaje basado en problemas) y del ABI (Aprendizaje basado en la Investigación), que generen soluciones a problemas reales, que surgen de las diferentes comunidades en donde cada una de las IES, se asientan para su desarrollo.

En tercer lugar, es imprescindible la creación de convenios con organismos propios de las comunidades, para que por medio de estos se pueda lograr el desarrollo de proyectos de investigación que creando sinergia de saberes e interdisciplinaridad, sirvan de aporte verdadero, dejando de ser elefantes blancos a verdaderos instrumentos de apoyo a la comunidad con el aporte de nuevos modelos de desarrollo. En cuarto lugar el demostrar una verdadera proyección social con programas que se adecuen al desarrollo propuesto.

En muchas de las ocasiones las diferentes IES, han realizado diversos proyectos, que han servido de apoyo a las diferentes comunidades, pero a partir de octubre de 2010, esto se ha convertido en una verdadera política.

La Gestión del Talento Humano y las dicotomías entre los postulados teóricos y los requerimientos del Mercado Laboral.

Dr © Julián Ricardo Rodríguez Soto

Andrés Felipe Pinzón Rodríguez

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN – Regional Tolima

Palabras claves:Capital Humano, Competencias, Empresas, Mercado Laboral

Resumen

A partir de la flexibilización en las formas de trabajo generadas como consecuencias de la globalización económica, el mundo laboral ha experimentado variaciones en cuanto a formas de contratación, evaluación del desempeño laboral, remuneración, condiciones de protección de los trabajadores, entre otras. Es así como, en las últimas cuatro décadas, se ha observado un aumento significativo de desempleo, trabajos no remunerados, trabajo informal, subcontratación y trabajo infantil (Organización Internacional del Trabajo, 2012)

Al igual el modelo económico Neoliberal y el fenómeno aperturista ha traído unas consecuencias nefastas en la generación de empleo, desde luego el país no ha sido ajeno a este fenómeno que es hoy por hoy una problema de orden mundial, y la preocupación de casi todos los gobiernos de Latinoamérica, la economista y especialista en demografía Cecilia López Montaña (2013, p. 17), en su reciente columna hace hincapié en que la mano de obra dejó de ser una demanda potencial para convertirse en un costo de producción, costo que tiene que ser el menor posible para aumentar la rentabilidad del negocio. Desde luego, este nuevo escenario mundial hace cada vez más precarias las condiciones laborales del mundo entero y va en paralelo al otro incontrollable fenómeno que sufre Colombia, que es el país, con la más alta informalidad laboral de América Latina

Además en los años más coyunturales como el inicio del nuevo milenio, el desempleo llegó a estar en niveles que superaron el 20%, y el PIB se ubicaba en el 2.5%, según fuente del Banco de la República y la Superintendencia Bancaria, una mezcla muy peligrosa para la estabilidad económica y social de cualquier nación. Otro dato interesante es que en el país, la tasa de desempleo,

informalidad, subempleo e insatisfacción laboral, en fin, los principales indicadores del mercado laboral colombiano difieren mucho entre ciudades, mientras que la tasa de desempleo promedio entre 2006 y 2011 fue del orden de 20% en Popayán y Quibdó, 17% en Ibagué, Armenia y Pereira, y del 10% en Bogotá, Bucaramanga y Barranquilla. (Arango y Hamann, 2012)

Por tanto, Los procesos investigativos desarrollados por el grupo de Investigación GIDECER y sus integrantes de la regional Tolima, han tenido la tendencia de analizar los limitantes de orden personal y grupal en los procesos de inclusión laboral y formalización empresarial en el departamento del Tolima. En esta misma vía, el estudio que hoy nos ocupa, pretende indagar y caracterizar las principales competencias valoradas por los empleadores durante el proceso de selección para desarrollar la actividad productiva en la organización, ya que lo que se pretende alcanzar en un proceso de selección es la máxima coherencia entre el perfil solicitado por la compañía y las características ofertadas por los candidatos, para que los resultados finales redunden en mayor productividad para las empresas y desarrollo para los trabajadores.

Es vano pensar que las empresas y las tendencias económicas actuales son estáticas, lo que se traduce en retos lineados por la visión Tolima 2025 y PECTIT TOLIMA 2020, proponiendo tres retos. El primero de ellos hace referencia al relevo generacional, donde se identifica que desde edades tempranas es necesario invertir en capacitación de calidad y de acuerdo a las tendencias adscritas en su momento, con el objetivo de preparar a los futuros profesionales de la región. El segundo reto aborda la necesidad de incrementar el talento humano altamente cualificado mediante la titulación superior, para lograr una fuerza laboral preparada. Y por último el tercero habla sobre la inserción de talentos, como una estrategia de identificarlos y tenerlos en cuenta para desarrollarlos y no dejarlos migrar no perder.

¿Cuáles son las competencias requeridas por los empleadores para contratar el personal y adelantar su actividad productiva en el departamento del Tolima?

Por ello, en la presentación se pretende hacer una disertación explicativa sobre los avances teóricos en términos de como las competencias son el referente académico y formacional y que tanto usan las competencias los empleadores especialmente el empresariado regional para adelantar sus actividades productivas en las organización

La Gestión del Talento Humano y las dicotomías entre los postulados teóricos y los requerimientos del Mercado Laboral.

Dr © Julián Ricardo Rodríguez Soto

Andrés Felipe Pinzón Rodríguez

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN – Regional Tolima

Palabras claves: Empresas, Empresariado Latinoamericano, Mercado Laboral, Salarios

Resumen

La turbulencia que enfrenta el mercado laboral no son nada favorables para las nuevas generaciones, especialmente para la fuerza laboral latinoamericana, se espera que el 2015 el 75 por ciento de la población de América Latina haya superado los niveles de formación, ósea que la gran mayoría de los habitantes de esa regiones va a llegar a 12 años o más años de formación académica.

Lo que implica todo un desafío para el mercado laboral, son muchos las investigación que se han preocupado por esta problematatica, desde la diferencias salariales de género, la distribución del ingreso, las brechas salariales y las formación frente a los niveles de formación.

Por tiento en la presente ponencia se pretende presentar un estudio comparado de las diferencias de los profesionales de una región del Colombia y como es el comportamiento en términos de salarios a lo que estos profesionales se enfrentan cuando intentan insertarse al mercado laboral; por tanto el objetivo de la ponencia es medir la brecha salarial y ocupacional de los profesionales graduados entre los años 2009 - 2015, formados en el departamento del Tolima pararealizar una comparación con los indicadores Nacionales; por tanto, la información suministrada es únicamente con fines académicos e investigativos y el manejo de los datos será reservado. Si usted obtuvo su título de grado profesional (pregrado) en la región del Tolima, entre los años 2009 – 2015.

Los resultados son bien interesantes y muestran una marcada diferencia entre los ingresos de los empleados de orden nacional, además de incluir en tiempo en que un profesional logra insertarse en el mercado regional y otros datos de orden cuantitativo que tienen incidencias muy cualitativas de como el profesional y el mercado laboral sustenta o argumenta sus razones para ofrecer salarios tan bajos de enganche y el valor de la experiencia para las organizaciones en mercados volátiles y de crisis

Ponencias:

Comunicación de crisis: Realidad o Espejismo

Mg. Miryam Gabriela Pacheco Rodríguez
Universidad de Cádiz
gabrielita2010@yahoo.es

Palabras claves: comunicación, crisis, imagen, organización, gestión.

Resumen

La comunicación de crisis es un aspecto de alta relevancia en la vida organizacional. Todas las empresas están expuestas a crisis continuamente en todos los niveles jerárquicos y sus consecuencias pueden ser muy negativas sino son tratadas adecuadamente. La realidad es que las crisis empresariales han demostrado que la imagen institucional es uno de los activos más importantes de las entidades. No existe un remedio para evitar las crisis, pero sí se pueden mitigar los resultados desventajosos de estos acontecimientos, por lo que es necesario que los directivos de la empresa se comprometan a prepararse para estos momentos y si se gestiona oportunamente puede convertirse en una oportunidad de cambio para reposicionar la imagen y fortalecerla. El objetivo de la investigación es analizar la importancia de gestionar la comunicación de crisis y su influencia en la imagen institucional. La investigación se basa en una revisión documental de diversos libros, artículos de revistas científicas, de diversas instituciones nacionales y extranjeras. La estructura se compone de una parte introductoria donde se presenta un análisis general de la comunicación institucional y la comunicación de crisis, posteriormente se explica la metodología utilizada, el desarrollo que comprende: comunicación institucional, comunicación de crisis, imagen institucional, y finalmente las conclusiones. Los resultados obtenidos evidencian que las organizaciones mejor posicionadas son aquellas que están preparadas para disminuir el impacto negativo de las crisis tanto internas como externas a través de un plan de comunicación de crisis efectivo con acciones preventivas y tomas de decisiones estratégicas. La investigación deja abierta la oportunidad de realizar nuevos estudios, debates y análisis para futuras investigaciones.

El Capital Social, factor clave que apoya el éxito de las Empresas Familiares.

Oswaldo Martillo Mieles, MAE
Félix Rosales Quiñonez, MAE
Universidad de Guayaquil
oswaldo.martillom@ug.edu.ec
fca.dirtribucion@ug.edu.ec

Palabras claves:Capital Social, Empresas Familiares, factor de éxito, Ecuador, emprendimiento.

Resumen

Según la Superintendencia de Compañías en Ecuador el 90% de las empresas son familiares y aportan con el 93% del PIB; mientras que Family Firm Institute (2014) dice que generan el 51% de la mano de obra empleada. Este porcentaje de empleo es alto si se compara con el 30% que alcanza Argentina, no obstante, países como México y Perú, llegan a 90 y 75% respectivamente.

Para Neubauer y Lank (1999) una Empresa Familiar es “aquella organización de carácter económico cuyo objetivo principal es la producción o comercialización de bienes y servicios y cuya propiedad pertenece en su totalidad o en una mayoría a un grupo de personas unidas por un vínculo familiar, habitualmente los descendientes del fundador de la misma”.

El gran desafío para las Empresas Familiares es enfrentar las tensiones internas y mantener la competitividad en un entorno complejo y cambiante. Estas tensiones se originan en su mayoría en la segunda o tercera generación del fundador. Al participar diferentes familiares en la estructura organizativa, esta se vuelve muy burocrática. Si los roles no están adecuadamente definidos estos tienden a confundirse generando conflictos en el interior de la familia, e incluso con quienes no pertenecen a ella, ESPAE (2011)

Las tensiones internas en las Empresas Familiares se originan cuando el Capital Social no ha sido debidamente gestionado, es que estas empresas congregan un conjunto de seres humanos y coordinan su acción colectiva para alcanzar sus objetivos; entonces construir y fortalecer un tejido relacional apropiado se convierte en una preocupación fundamental de sus dirigentes. Disponer de un conjunto de relaciones sociales apropiadas puede facilitar el acceso a los recursos que las empresas necesitan, pero que no poseen en su interior.

Retos de la administración en tiempos de contracción económica

Mgs. Roma Amada Lalama Franco
MBA. Andrés David Bravo Lalama
Universidad de Guayaquil
r_lalama@yahoo.com

Palabras claves: Administrador, empresa, sector privado, contracción económica.

Resumen

Las organizaciones están expuestas a factores externos, no controlables, lo que convierte en un reto conducirlas exitosamente, por lo que las capacidades del administrador, entre ellas la creatividad son imperativas. Apoyados en la ciencia, la gestión de administrar va de la mano de la habilidad del administrador, quien debe garantizar el crecimiento de la empresa, en un medio competitivo donde la optimización de recursos es clave para su sostenimiento.

En tiempos en que el país atraviesa una fuerte contracción económica, con disminución de la demanda, son los administradores quienes deben ingeniar formas novedosas para mantener a sus empresas en el mercado.

El objetivo de esta investigación es resaltar la dimensión de la administración en el sostenimiento de las empresas, sobretodo cuando las condiciones del país no son favorables y cuando el sector privado ha experimentado un crecimiento moderado en los últimos años.

La gestión de un buen administrador se ve reflejado en resultados positivos, lo que conlleva a la sustentabilidad de la empresa, crear empleo, contribuir al fisco con tributos; en fin es una cadena donde todos ganan, desde el consumidor hasta el empresario. Así administración, empresa y sociedad están relacionadas.

Esta investigación es documental, pues tiene como base estadísticas que permiten observar el comportamiento de agregados económicos donde se desenvuelven las empresas.

Las megatendencias tecnológicas y su impacto en el entorno empresarial

Determinación de los factores de éxito y fracaso en la gestión del crm en las empresas comerciales guayaquil ecuador

Ing. Magdalena Iralda Valero Camino MAE.

Ing. Felix Enrique Villegas Yagual MSc. MAE

Ing. Enrique Ferruzola Gomez, MGTI

Instituto Tecnico Superior Bolivariano

Universidad Agraria del Ecuador

Universidad Estatal de Milagro

valeromagdalena@gmail.com

Palabras claves: Tecnológico, personas, cambios, estrategias, desarrollo

Resumen

Los cambios a nivel social, cultural, económico y tecnológico; se ha acentuado en el alcance del impacto que estos han tenido en las naciones, organizaciones y personas a través del tiempo, lo que ha permitido enfocar el desarrollo empresarial. Por La complejidad del entorno, la velocidad y la magnitud de los cambios obligan a realizar un análisis constante de las nuevas condiciones globales y regionales; identificando los elementos más relevantes, que permitan generar las mejores estrategias de acción. Estas decisiones pueden conducir al aprovechamiento de oportunidades de desarrollo en las comunidades, para lograr nuevas formas de creación y uso eficiente y efectivo del conocimiento. En general, para detectar estos grandes cambios se deben observar los patrones que están emergiendo en el comportamiento social, las tecnologías, la economía, los medios, el cuidado de la salud y los negocios. (Watson, 2008). Las mega tendencias ofrecen información según las oportunidades de negocio como: enfoque, prioridad en el desarrollo y creación de redes de conocimiento tecnológicos parte clave para la Estrategia de negocios centrada en el cliente y los productos.

Educación continua: empleabilidad de las personas basados en competencias laborales.

Ing. Mesías Pilco Parra, MAE
Ing. Álvaro Leonidas Rivera Guerrero, Esp.
Universidad de Guayaquil
ariveraguerrero@gmail.com

Palabras claves: Empleabilidad, Competencias Laborables, Demanda Laboral, Desarrollo Organizacional, Gestión Humana

Resumen

Educación Continua es un recurso permanente para el desarrollo organizacional de empresas e instituciones públicas y privadas, así como para todos quienes quieran capacitarse y superarse.

La competencia laboral es la capacidad para responder exitosamente una demanda compleja o llevar a cabo una actividad o tarea, según criterios de desempeño definidos por la empresa o sector productivo abarcando conocimientos (Saber), actitudes (Saber Ser) y habilidades (Saber Hacer) de un individuo.

La dinámica del mundo moderno obliga a las instituciones y empresas a responder con rapidez y asertividad a los retos y oportunidades que se presentan día a día. Contar con personas que tengan los conocimientos necesarios para superar dichos retos, se ha convertido en un factor clave para su desarrollo y crecimiento. Hoy en día el mercado laboral es cada vez más competitivo y sólo aquellos que cuenten con los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias serán los líderes que tomarán las decisiones del mañana.

Cada día es más necesario, para las organizaciones, ejecutar los procesos de gestión humana bajo el enfoque de competencias laborables, dado que, esta nueva apuesta y forma de gestionar el talento, responde de manera pertinente resolver el requerimiento ineludible de alinear los desempeños de las personas con los propósitos y las estrategias corporativas

La globalización y las pymes de servicio del cantón Milagro

Ing. Xiomara Leticia Zuñiga Santillan. MAE
Lcdo. Diego Tapia Nuñez
Universidad Estatal de Milagro
Universidad de Guayaquil
dblade86@gmail.com

Palabras claves: Globalización, tecnología, conocimiento, innovación, competitividad

Resumen

El estudio presentado busca brindar información sobre **la Globalización y las PYMES de servicio del cantón Milagro**, luego de un fenómeno globalizador que lleva a una competencia permanente y constante en los mercados, independientemente del tamaño o actividad de las empresas, siendo las del sector servicio afectadas por una realidad que limita su capacidad para enfrentar las estrategias ofensivas de negocios grandes que lideran mercados. Lo mencionado llevó a plantear una problemática sobre su realidad frente al fenómeno de la globalización; para ello se procedió a establecer la siguiente interrogante: ¿De qué forma la globalización ha impactado en las PYMES del sector servicios del cantón Milagro, Ecuador? y la justificación de la misma. Posteriormente se presenta la base teórica que llevó a plantear hipótesis y las variables principales del estudio, hasta llegar a establecer la metodología de investigación y el análisis de resultados de encuestas que se han efectuado sobre esta temática, a fin de exponer los resultados sobre la realidad de las PYMES de servicios, en el cantón Milagro para construir conclusiones sobre su nivel de competitividad y en base a ello las recomendaciones que potenciarían su quehacer en el mercado.

La gestión y costeo basado en actividades: un enfoque en la Hotelería de Ecuador.

Msc. Pérez Zulueta Mónica Angelina
Mg. Ruiz Murillo Jorge Rodrigo
Universidad ECOTEC
mperez@ecotec.edu.ec

Palabras claves: contabilidad, gestión, costeo, sistema ABC/ABM, actividad.

Resumen

La Contabilidad es una disciplina que tiene su origen en el propio surgimiento de las antiguas civilizaciones. A lo largo de cientos de años fue evolucionando y desarrollándose en función de las necesidades de información estableciéndose en 1494 el método de la partida doble por el reconocido matemático y estadista Luca Pacioli, manteniéndose este principio, en la actualidad como la base de las ciencias contables. Son diversas las ramas que componen a la contabilidad, entre ella la llamada en los últimos años Contabilidad de Gestión, es en esta rama de la ciencia que se enfoca el estudio y resultado de esta investigación, específicamente en el sistema de gestión y costos basado en actividades ABC/ABM. El sistema ABC/ABM surge ante la necesidad de gestionar los altos costos indirectos en empresas que no necesariamente fueran del sector industrial, dada la imposibilidad de los sistemas de costos tradicionales de controlar y acumular estos valores y por supuesto el tratar de avanzar hacia una etapa superior de administración que permitiera el proceso de toma de decisiones en función de información arrojada por un sistema eficiente, coherente, relevante y oportuno. El sistema de costos en cuestión se encuentra ampliamente abordado en el literatura científica, a pesar de su relativo joven estudio (década del 80'), pero lo novedoso es que su experimentación haya sido tan poco profundizada en Ecuador, incluso en muy pocos programas analíticos se encuentra como tema al menos o contenido necesario para el futuro contador o financiero. Es así que el propósito de este trabajo se centra en la propuesta de un procedimiento de costeo basado en actividades para un Hotel de la provincia de Esmeraldas. Para garantizar validez y confianza a los resultados obtenidos se aplicaron diversos métodos del nivel empírico y estadístico tales como método de expertos y coeficiente de Kendall.

La asociatividad en los agricultores y el desempeño directivo para contribuir al desarrollo sostenible en la provincia Manabí, Ecuador

Mg. Aracely Sánchez Briones
Mg. Isabel Loor Carvajal
Dra. Blanca Blanco C
Dr.C Renier Esquivel García
Universidad Técnica de Manabí
chavikita@hotmail.com

Palabras Claves: Asociatividad, producción, agricultores, directivos, Pareto

Resumen

El interés por la asociatividad en la producción de alimentos motivo el desarrollo del presente trabajo, donde se realiza un análisis conceptual basado en el criterio de diversos autores especializados en el tema. El concepto de asociatividad propuesto parte de una valoración en el campo conceptual y las palabras claves en las definiciones estudiadas, examinadas mediante una matriz de conceptos y el uso del diagrama de Pareto.

El trabajo aborda las tipologías encontradas en las conceptualizaciones analizadas, partiendo de la concepción, que para lograr que la asociatividad se convierta en un mecanismo de desarrollo sustentable, es importante que en este proceso se involucren los agentes económicos y sociales: familia, estado, organismo privado y público, en especial, los directivos encargados de triangular el marco regulatorio con la participación ciudadana y el control social. La asociatividad permite la integración y plantea la necesidad de fortalecer el desarrollo sostenible mediante la elevación del desempeño de los directivos a nivel local.

Finalmente se pone de manifiesto el concepto de asociatividad en el caso de la Corporación Fortaleza del Valle que representa cuatro asociaciones de productores de cacao formadas por 674 miembros, con el objetivo principal de promover la producción y comercialización de cacao nacional fino y de aroma con certificación orgánica, y comercio justo, promoviendo así el desarrollo social, económico y medioambiental de sus miembros y familias. Por otra parte la medición de ingresos y costos medios indica que la rentabilidad de los productores de cacao asociados es mayor que la de no asociados

Emprendimiento social: oportunidades de negocios en tiendas de Guayaquil

Mgs .Pablo Cantos Lucas
Ing. María Teresa Mite Alban
Jose Gonzalo Narvaez Cumbicos
Econ. Galo Duran Salazar
Universidad de Guayaquil
maria.mitea@ug.edu.ec

Palabras Claves: Oportunidades de negocios en tiendas de Guayaquil

Resumen

El objetivo de esta ponencia fue la de visualizar oportunidades de negocios existentes para atender necesidades de tiendas en la ciudad de Guayaquil. La metodología fue un estudio del tipo exploratorio inicialmente y concluyente a través de la aplicación de una encuesta aplicada a 414 tenderos. Se comprobaron los principales problemas que muestra este grupo de microempresarios. Los resultados más importante fueron que los tenderos en la ciudad de Guayaquil presentan entre otros, un grave problema de control de sus inventarios y de sus ventas, lo cual hace que no conozcan cuánto reportar en sus declaraciones de impuestos anuales principalmente. Las conclusiones de esta investigación son que los tenderos buscan asesoría para el manejo de su negocio, así como capacitación, buscan además alternativas económicas para llevar un registro adecuado de los movimientos de su negocio, pero es necesario para ello relacionarlos más con las tecnologías de información, de modo que puedan adaptarse a procesos de innovación tecnológica, que permitan aprovechar ventajas competitivas, agregando valor a sus servicios.

Mentoring y el crecimiento empresarial

MAE.Diana Escobar Mayorga
MAE. Gabriela Castro López
Universidad Técnica de Babahoyo
gabbyacl1983@hotmail.com

Palabras Clave: Mentoring, crecimiento empresarial, talento humano, desarrollo personal, metodología de aprendizaje.

Resumen

A través del tiempo hemos visto términos relacionados con gestión de talento humano tales como Liderazgo, Coaching, Mentoring donde el principal objetivo es apuntalar el personal de las empresas y de esta forma lograr el cumplimiento de las metas propuestas de manera eficaz y eficiente. En la actualidad el desarrollo del talento humano ha cobrado importancia dentro de las organizaciones, el uso de metodologías que estimulan el desarrollo personal y profesional de los individuos empiezan a ser utilizadas con mayor frecuencia. La filosofía del mentoring empieza con la idea de que cada persona posee un potencial con capacidad de desarrollo y muchas veces, no sabe cómo aplicarlo, y aquí es donde el Mentor toma el papel de "profesor" impulsando el aprendizaje a través de sus propias experiencias. Es por esto que más que como una estrategia, se conoce al mentoring como una didáctica, donde la relación face to face permite el intercambio de aprendizajes entre los individuos participantes del proceso, siendo este el punto central y a su vez el más importante debido a que se desarrollan relaciones interpersonales y se mejoran las habilidades personales. Este trabajo de investigación apunta a destacar los beneficios de la aplicación de esta metodología de aprendizaje para potencializar dentro de las instituciones el desarrollo del conocimiento creando sinergia que al final aportará en gran medida al incremento empresarial.

La Pertinencia de las empresas públicas creadas por los IES de la región 5 del Ecuador: Caso Universidad Estatal de Milagro

Ing. Miguel Cedillo Fajardo
Eco. Rodolfo Robles Salguero
Universidad Estatal de Milagro
rrobless@unemi.edu.ec

Palabras Claves: Gestión Pública, Servicio

Resumen

El Trabajo presentado se contextualiza en el Ecuador, que promueve la educación entre sus ciudadanos y donde el gobierno actual establece políticas públicas destinadas a la investigación, desarrollo de conocimiento apalancado en la razón de ser de las universidades; “generar ciencia” para la solución de problemas sociales. Por lo tanto se deja la libertad de crear “Empresas Públicas” en las universidades ecuatorianas, que se encuentra en vigencia desde el 2009 como alternativas para la transferencia de soluciones provenientes de investigaciones planteadas anteriormente, el enfoque es basado en las teorías asociadas a la creación de las *denominadas Spin – Offs* (Centro de Transferencias de Tecnologías) en los países desarrollados.

Este aspecto se conceptualiza en el capítulo inicial del trabajo, donde se expone la importancia de la generación de conocimientos que conlleva a dinamizar la gestión académica, haciendo uso de lo que se encuentre disponible para aprovechar el rendimiento. Actualmente el Estado ecuatoriano prioriza la optimización de recursos, esta situación provee varias oportunidades para la sociedad ansiosa de formación profesional en ambientes adecuados. Se caracteriza inicialmente la concepción de la creación y funcionamiento de la Empresa Pública de la Universidad Estatal de Milagro; EPUNEMI. En el segundo capítulo se realiza un diagnóstico de la situación actual de la EPUNEMI, exponiendo sus objetivos, objeto social y cartera de productos y donde se analiza el servicio que provee a la ciudadanía milagreña y sectores de influencia de la institución, como también la perspectiva de sus usuarios, considerando las dimensiones de prioridad que prevalecen en el grado de satisfacción, reflejando la pertinencia institucional en el medio y caracterizando la percepción de los clientes alrededor de sus servicios. Al final de este análisis se efectúan las recomendaciones correspondientes para el perfeccionamiento del trabajo de la empresa de acuerdo a sus objetivos, objeto social y pertinencia a la universidad.

Fuentes de financiamiento para las pymes en el Ecuador

Ing. Ind. Víctor Hugo Briones Kusactay. MBA. MCID
CPA. Carlos Julio Ruiz Pita., MAE
Universidad de Guayaquil
victor.brionesk@ug.edu.ec

Palabras Claves:Fuentes de financiamiento, Instituciones financieras, PYMES

Resumen

El presente artículo tiene como objeto demostrar las dificultades administrativas y financieras de las PYMES del Ecuador al momento de tratar de acceder a los créditos tanto de las instituciones financieras públicas como privadas destinadas al segmento de las PYMES. También se determina cuáles son los principales requisitos exigibles que solicitan estas instituciones financieras para conceder los créditos a sus clientes.

Se busca obtener el conocimiento necesario para dirigir a los empresarios hacia la opción de créditos que más les convenga dependiendo de sus necesidades de financiamiento facilitando la tramitología y cumplimiento de los requisitos exigidos por las instituciones financieras. Se busca determinar cuáles de las instituciones financieras son las más accesibles para las PYMES al momento de solicitar financiamiento, dependiendo claro esta del tipo de negocio y proyecto que se busca financiar. Por otra lado se analizara cuáles son los aspectos de la administración y el manejo financiero de las PYMES que inciden para que este grupo especial de empresas no logren con facilidad recurrir a los créditos, los cuales son necesarios para satisfacer sus requerimientos de liquidez o financiamiento para la adquisición de nuevos activos o para capital de trabajo que son necesarios en sus actividades de producción de bienes o servicios, para así lograr generar las oportunidades de crecimiento así como también delinear estrategias a fin de conseguir el objetivo de estas empresas que es mantener la sustentabilidad con el ecosistema y la sostenibilidad en el mercado.

Para este análisis se tomó una muestra de 1067 encuestados bajo el método Aleatorio Simple para determinar datos estadísticos descriptivos y analizar haciendo una Tabulación Cruzada sobre las dificultades que tienen las PYMES al para momento de acceder a créditos, se demuestra así las dificultades de estas empresas para acceder a las fuentes de financiamiento y en especial a los créditos financieros de las instituciones públicas o privadas.

Contraste del business model canvas y lean canvas como herramientas para validar los modelos de negocios en emprendimientos ecuatorianos

Ing. Ángel Aurelio Morocho Macas

Ing. Silvia Ximena Vinueza Morales

Universidad Católica de Cuenca

amorocho@ucacue.edu.ec

Palabras Claves: Model Business Canvas, Lean Canvas, Emprendimiento, Herramienta, Modelo de Negocios

Resumen

La presente ponencia tiene como objetivo proporcionar al emprendedor los conocimientos específicos y necesarios sobre herramientas que validen los modelos de negocios de empresas nuevas o consolidadas de cualquier ámbito, promoviendo su permanencia a mediano y largo plazo en el mercado ecuatoriano, al disminuir el riesgo y la incertidumbre de crear sus emprendimientos, estableciendo la relación existente entre su empresa o producto y el mercado, la orientación del negocio y una visión global de la organización. De los resultados obtenidos del análisis comparativo de la estructura y el enfoque de las herramientas Canvas y Lean Canvas se concluye que las dos metodologías contribuirán a lograr la estabilidad y permanencia a mediano y largo plazo de los emprendimientos iniciados o ya establecidos por los ecuatorianos y que el Lean Canvas es una herramienta que resulta mejor aplicarla a nuevas empresas con un alto nivel de incertidumbre, por ejemplo las StartUp basadas en tecnología, a diferencia del Modelo de Negocios Canvas que es apropiado para emprendedores y empresas ya consolidadas.

Medición de la competitividad internacional y su enfoque sistémico para la MIPYME manufacturera

Econ. Mgs. Katina Vanessa Bermeo Pazmiño
Universidad Católica de Cuenca
kbermeo@ucacue.edu.ec

Palabras Claves: Competitividad Sistémica, Medición, Factores, MiPYMES, Muebles de Madera.

Resumen

El *comercio internacional* abre puertas y funciona a través de la competitividad de las empresas, ocupa un aspecto central de la actividad económica, el crecimiento y los procesos de desarrollo de la mayoría de sociedades modernas. El marco teórico del comercio como motor del crecimiento tiene su origen en los economistas clásicos Adam Smith (1776) y David Ricardo (1817) quienes partían de la idea de que el comercio ofrece oportunidades a todos los países para mejorar su riqueza. Mientras que en la Teoría Económica tradicional la riqueza de las naciones se basaba en la dotación de factores, en la Teoría Económica Moderna son las elecciones estratégicas las que conforman el entorno competitivo de un país.

Los fundamentos generales y la forma de medir la competitividad por parte de las instituciones internacionales, la teoría y los diversos autores a través de investigaciones empíricas llevan a cuestionamientos referentes a una medición real y adecuada para los países en vías de desarrollo, principalmente, que desconocen el nivel de competitividad de sus empresas.

La Teoría de la Administración marca la evolución de la competitividad hasta ser tratada actualmente bajo un enfoque sistémico o integrador, en el cual se consideran factores para su determinación y son agrupados en cuatro niveles de análisis: un nivel meta que incluye factores socioculturales, de cohesión social y de conducción nacional; un nivel macro que considera la estabilidad económica, política y social del país; un nivel meso que identifica políticas sectoriales, infraestructura, acceso a servicios básicos y un nivel micro que examina las áreas claves de funcionamiento de la empresa. Varios autores coinciden en que la competitividad de un país lo marca el desempeño de sus organizaciones, de allí la importancia de un estudio integral a la empresa considerada como la principal dinamizadora de la economía de un país.



**UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA**
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO



Centro de Investigación
y Desarrollo Ecuador



ISBN: 978-9942-14-452-2



9789942144522