

DOI: <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v7i1>

## Las cadenas de valor como estrategias de desarrollo microempresarial

### *Value chains as microenterprise development strategies*

### *Cadeias de valor como estratégias de desenvolvimento de microempresas*

Gema Estefania Tumbaco-Laje <sup>I</sup>  
[tumbaco-gema6362@unesum.edu.ec](mailto:tumbaco-gema6362@unesum.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0003-0608-0833>

Wendy Pamela Villafuerte-Muñiz <sup>II</sup>  
[villafuerte-wendy2731@unesum.edu.ec](mailto:villafuerte-wendy2731@unesum.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0002-5679-2487>

Xavier Enrique Soledispa-Rodríguez <sup>III</sup>  
[xavier.soledispa@unesum.edu.ec](mailto:xavier.soledispa@unesum.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0001-8754-9159>

**Correspondencia:** [tumbaco-gema6362@unesum.edu.ec](mailto:tumbaco-gema6362@unesum.edu.ec)

\* **Recepción:** 22/04/2022 \* **Aceptación:** 12/05/2022 \* **Publicación:** 13/06/2022

1. Estudiante en formación, Universidad Estatal del Sur de Manabí, Facultad de Ciencias Económicas, Carrera de Administración de Empresas, Jipijapa, Manabí, Ecuador.
2. Estudiante en formación, Universidad Estatal del Sur de Manabí, Facultad de Ciencias Económicas, Carrera de Administración de Empresas, Jipijapa, Manabí, Ecuador.
3. Especialista en Proyectos de Consultoría, Economista, Docente Universidad Estatal del Sur de Manabí, Facultad de Ciencias Económicas, Carrera de Administración de Empresas, Jipijapa, Manabí, Ecuador.



## Resumen

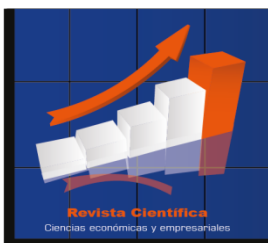
Cada vez el mercado es mucho más competitivo y cambiante, que están obligando a las empresas a estar en constante innovación, para competir con el resto de las organizaciones, ya que éstas a su vez, deben descubrir, cuál es su ventaja competitiva por medio de la cadena de valor y sacar el máximo potencial que tengan, para que se diferencien de las demás. Para ello, es necesario que se apliquen estrategias de desarrollo empresarial, que no, es más, que las decisiones que se pueden tomar para que la empresa sea eficaz, aprovechando los recursos que tengan, para que llegar a cumplir los objetivos con éxito. El principal propósito es efectuar un análisis teórico de las variables, de las cadenas de valor como estrategias de desarrollo microempresarial. El objetivo general de este trabajo es determinar cómo las cadenas de valor contribuyen al desarrollo microempresarial, la metodología empleada es de diseño bibliográfico, con tipo de investigación documental. Como conclusión se puede manifestar que, las empresas sin la aplicación de las estrategias de desarrollo empresarial, no podrán lograr un crecimiento empresarial, ya que cada vez el país se torna más competitivo.

**Palabras Claves:** Cadenas de valor; Estrategias de desarrollo empresarial; Empresas.

## Abstract

be in constant innovation, to compete with the rest of the organizations, since these, in turn, must discover what their competitive advantage is through the value chain and make the most of their potential, so that they stand out from the rest. To do this, it is necessary to apply business development strategies, which is not more than the decisions that can be made so that the company is effective, taking advantage of the resources they have, so that they can successfully meet the objectives. The main purpose is to carry out a theoretical analysis of the variables, of the value chains as microenterprise development strategies. The general objective of this work is to determine how value chains contribute to microenterprise development, the methodology used is bibliographic design, with a type of documentary research. In conclusion, it can be stated that companies without the application of business development strategies will not be able to achieve business growth, since the country becomes more and more competitive.

**Key Words:** Value chains; business development strategies; Companies.



## Resumo

Cada vez o mercado está muito mais competitivo e em mudança, o que está obrigando as empresas a estarem em constante inovação, a competir com o restante das organizações, pois estas, por sua vez, devem descobrir qual é sua vantagem competitiva através da cadeia de valor e a maior parte do seu potencial, para que se destaquem do resto. Para isso, é necessário aplicar estratégias de desenvolvimento de negócios, que nada mais são do que as decisões que podem ser tomadas para que a empresa seja eficaz, aproveitando os recursos de que dispõe, para que possa cumprir com sucesso os objetivos. O objetivo principal é realizar uma análise teórica das variáveis, das cadeias de valor como estratégias de desenvolvimento das microempresas. O objetivo geral deste trabalho é determinar como as cadeias de valor contribuem para o desenvolvimento da microempresa, a metodologia utilizada é o design bibliográfico, com tipo de pesquisa documental. Em conclusão, pode-se afirmar que as empresas sem a aplicação de estratégias de desenvolvimento empresarial não conseguirão atingir o crescimento empresarial, visto que o país está cada vez mais competitivo.

**Palavras-chave:** Cadeias de valor; estratégias de desenvolvimento de negócios; Empresas.

## Introducción

El presente trabajo pretende efectuar un análisis teórico de las variables, es decir, determinar de qué manera las cadenas de valor contribuyen al desarrollo microempresarial, para posteriormente realizar el desarrollo del documento; se ampliará con la revisión de información de fuentes bibliográficas como libros y documentos digitales y artículos, que permitirán cumplir con el artículo de revisión para una mejor comprensión.

Actualmente se vive una constante situación en cuanto al fracaso empresarial en las pymes, es por ello que, para Lozano (2015):

Cualquier estrategia que se quiera aplicar en una organización no llega a concretarse si los miembros no son capaces de entenderla y ejecutarla, es necesario que se identifiquen cada una de las áreas y roles críticos, revise al personal que tiene trabajando, luego es necesario que se establezcan acciones para atraer, desarrollar y retener talento. Evite caer en la trampa de enfocarse demasiado solo en los objetivos y acciones de corto plazo, ya que por tratar de lograrlos se olvidan de la parte organizacional de la empresa; al poder tener una organización con capacidad y personal

capacitado le va a permitir avanzar rápidamente y en forma efectiva en el ámbito empresarial. (pág. 1)

Esto está creando la inestabilidad en nuestra sociedad, ya que cada vez el impacto es mayor, mostrando cifras con alto índice de desempleos.

Las MIPYMES (Micro, pequeñas y medianas empresas) que representan alrededor del empleo nacional, han sido duramente afectadas, y con esto se ampliará más los servicios de crédito formales orientados a estos tipos de empresas. Entonces estos créditos se administrarán por medio de intermediarias agencias financieras, aquellas que cumplan con los requisitos, con los diferentes programas de subastas, redescuento y proveedores de crédito; más la asistencia técnica a los prestamistas se centrará en la mejora de la competitividad, la transferencia de tecnología y la creación de canales para la distribución de crédito a los beneficiarios. (BID, 2000, pág. 52)

En este contexto el presente trabajo de revisión bibliográfica se orienta a las siguientes preguntas de investigación: ¿Cuáles las teorías sobre las cadenas de valor que contribuyen al desarrollo microempresarial?, ¿De qué manera las estrategias de cadena de valor contribuyen al crecimiento empresarial?, ¿Cuál es la relación que existe entre cadena de valor y el desarrollo microempresarial?

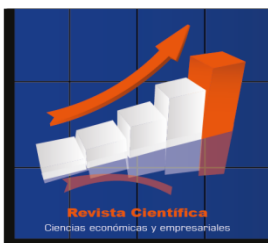
## **Metodología**

### **Modalidad de la investigación**

Cualitativo. Se recopiló información de diferentes libros, artículos científicos y también con diseño bibliográfico de tipo documental y, la muestra fue de tipo teórico la cual estuvo conformada por 27 diversas fuentes.

### **Tipo de Investigación**

La presente investigación no experimental, consiste en un análisis teórico en sustento a los objetivos específicos, como: analizar las teorías sobre las cadenas de valor que contribuyen al desarrollo microempresarial, determinar las estrategias que permitan contribuir al crecimiento empresarial, establecer la relación que existe entre cadena de valor y el desarrollo microempresarial.



## Métodos

Deductivo. Se realizó a partir el objeto con aspectos generales para el análisis de la información recabada, desde la más general hasta la más específica, para poder llegar a los aspectos particulares como determinar las las estrategias de cadena de valor contribuyen al crecimiento empresarial.

Inductivo. Se aplicó para la obtener las teorías más significativas y la conclusión sobre los aspectos más relevantes sobre el tema principal de este artículo de revisión.

Bibliográfico. Se aplicó para examinar los diferentes contenidos de las fuentes bibliográficas de la web, logrando aportar con valiosa información para el desarrollo de este artículo de revisión.

## Desarrollo

### Cadenas de valor

Como afirma Garralda (2013) “La cadena de valor es una instrumento de análisis estratégico que es de apoyo a poder establecer los fundamentos de las ventajas competitivas de una organización, por la separación ordenada del conjunto de las acciones de la empresa”. Esto va depender al momento subdividir y ordenar las actividades, pues los criterios ayudan a definir los tipos de cadenas para ser aplicados en una empresa.

En las organizaciones se muestran múltiples actividades y funciones que pueden realizarse internamente, como lo señalan Quintero & Sánchez (2016):

Las cadenas de valor al proporcionar un modelo de aplicación general, ésta permite representar de manera más sistemática las actividades de cualquier organización, ya sea esta de forma aislada o que forme parte de una corporación, pues se basa en los conceptos de costo, valor y margen. Está constituida por una serie de fases de agregación de aprecio, de aplicación general en los procesos productivos, proporcionando: un esquema coherente para diagnosticar la posición de la empresa respecto de sus competitivos y un método para definir las labores encaminadas a desarrollar una ventaja competitiva sostenible. (pág. 381)

Las acciones dentro de las empresas permitirán que sea más competitiva y sobresalga de la competencia, logrando que tenga un desarrollo más productivo.

En cada organización, las cadenas de valor son un grupo de acciones que se realizan para poder diseñar, producir, llevar al mercado, entregar y apoyar a sus productos; estas pueden estar formadas por una sola cadena de valor, también por la manera que desarrollan sus actividades individuales, ya que son un reflejo de sus historias, de sus estrategias y de sus enfoques para poder implementar las estrategias en las economías que realizan diariamente en sus actividades. (Porter, 1991, págs. 52,54)

Al poder describir la gama de actividades, se puede tener en cuenta que tan importante son para las cadenas de valor, como lo señalan Nutz & Sievers (2016) a continuación:

Una cadena de valor describe las actividades que se requiere llevar un producto o servicio desde su concepción, pasando por las intermedias de la producción y la entrega hasta los consumidores finales y su disposición terminable después de su uso; las acciones que están constituidas en una cadena de valor, pueden estar comprendidas dentro de una sola organización o divididas entre algunas, también dentro de una ubicación geográfica o repartidas en áreas geográficas más amplias. (pág. 2)

Podemos obtener distintos tipos de “cadenas de valor” para una misma empresa, a pesar que con cada uno de estos tipos, se tiene sus ventajas e inconvenientes, dependiendo de la empresa entonces unos tipos de cadenas serán más adecuados que otros, como por ejemplo: al añadir valor al producto o servicio inicial "input", ocasiona que la empresa pueda vender los productos y servicios finales "output" a un precio mayor; con esto, podemos optimizar todo el proceso productivo, aumentando el margen de la empresa, gracias a la reducción de costes y la eficiencia en la utilización de inputs. (AndaluciaEmprende, 2019, pág. 3)

### **Tipos de cadena de valor**

Según Garralda (2013) se pueden considerar dos tipos de cadenas que son muy reconocidas: la primera es la desarrollada por la empresa de la consultoría estratégica Mckinsey y la segunda elaborada por el profesor Porter de la Universidad de Harvard, como se describen a continuación:

#### **1. Cadena de valor de Mckinsey**

Está enfocado en una mezcla entre las funciones internas de la empresa y la visión global del sector, aunque muchas veces se denomina como El Sistema de Negocio; hay muchas empresas que sus actividades están integradas dentro del área operativa mientras que otras solo realizan



subcontrataciones. Decidirse por una que otra alternativa en varios aspectos como: las inversiones son necesarias, la flexibilidad es productiva, es necesario el control de las operaciones, la apropiabilidad de la imagen, y los costes a la hora de realizar la actividad; entonces el poder decirse entre hacer o comprar dependerá de los recursos disponibles y que tan importante es esta actividad para que ayude a la empresa ser más competitiva.

**Figura 1:** Cadena de valor de Mckinsey



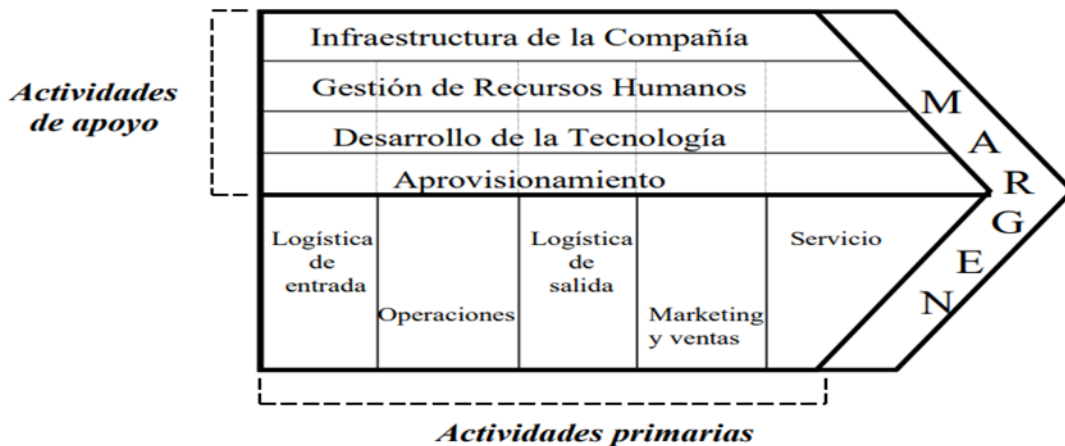
Fuente: Garralda

2. Cadena de valor de Michael Porter

Tiene una perspectiva más interna, centrándose solo en la empresa, entonces Porter señaló dos aspectos diferenciadores, la primera que incluyeron perspectiva horizontal de las relaciones interdepartamentales que agruparon la categoría que denomino: las actividades de apoyo; también se enfatizó en las interrelaciones de la empresa tanto con los proveedores y los clientes, por medio de los eslabones que denomino logística de entrada y salida.

**Figura 2:** Cadena de valor de Michael Porter





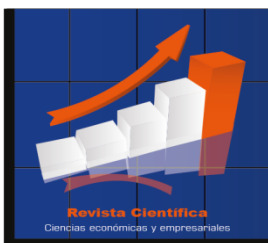
Fuente: Garralda

(págs. 2,3)

### Los motores de cambio que impulsan al desarrollo de las cadenas de valor

Para Nutz & Sievers (2016), las cadenas de valor, en la economía de mercado, siempre compiten una contra la otra, siendo el principal promotor del progreso en su mayoría, logrando distinguir varios elementos que son significativos como:

1. Eficiencia del sistema. Existen congruencia en la reducción tanto de costos y el aumento de la eficiencia en el mercado, esto si los actores grandes y pequeños de la cadena de valor trabajan juntos.
2. Calidad del producto. Hoy en día el mercado cambia rápidamente, volviéndose la competencia cada vez más intensa; si los sistemas de producción quieren lograr que sus productos permanezcan en el mercado, que aumenten la cuota del mercado, incluso requieren que sus productos y servicios cumplan con los requisitos cambiantes del mercado y las diferentes condiciones de la demanda.
3. Diferenciación del producto. Entre más ayuden los involucrados, mientras dure esta cadena de valor, coordinando las actividades, más difícil será para los competidores en poder copiar el mismo producto y su proceso de producción, ya que no sólo el producto es lo que necesitan, sino toda la técnica. La diferencia del producto de la empresa, ayudará a lograr la ventaja competitiva sobre la competencia.
4. Normas sociales y ambientales. Los clientes son más sensatos con las normas sociales y ambientales pues demandan más productos que contengan estos requerimientos; el asunto de ejecutar negocios de modo socialmente responsable: los intereses comerciales de las empresas



deben considerar a las exigencias de estos consumidores. Respondiendo con normas sociales y ambientales, ayudan mejorar los escenarios de trabajo de toda la cadena de valor.

5. Entorno empresarial favorable. Las cadenas de valor no están de forma esporádico, sino que están incluidas en el entorno de alta complejidad social, económica, política y cultural, determinando la naturaleza y el éxito de las transacciones comerciales al interior de la cadena; pues el mercado está bajo el dominio de los reglamentos, las instituciones y las intervenciones que afectan directamente a un sector en forma particular. Los cambios en el entorno empresarial en los reglamentos comerciales pueden abrir nuevas oportunidades de mercado. (págs. 2,3)

### **Estrategias clásicas de la cadena de valor**

Según Ogliastri (2015), distingue tres estrategias clásicas utilizadas a lo largo del tiempo en las empresas como se describen a continuación:

1. Estrategia de Especialización. Es cuando una empresa destina la parte fundamental de sus recursos al desarrollo de una capacidad competitiva en los mismos productos o mercados con los cuales trabaja, entonces la ampliación puede hacerse en el alcance del mercado y en los nuevos usos para el mismo producto. Se requiere de una posición sólida de la empresa en términos de una gran eficiencia, un servicio extraordinario e inexpugnable, o de las dificultades que pueda enfrentar otra empresa para entrar a competir y desalojarla, es decir las barreras de entrada del sector; la empresa corre obviamente el riesgo de quedarse con un solo negocio, pero posiblemente lo hace porque consigue mejores posibilidades en el sector que en otras opciones.

2. Estrategia de integración. Es la inversión de recursos estratégicos, para complementar los productos o capacidades existentes, ésta puede ser horizontal o vertical. En la primera, la empresa completa sus líneas de productos con otros semejantes y, en la segunda, existen dos factores: la empresa destina sus recursos estratégicos al desarrollo de nuevas empresas que producen las materias primas o los insumos que es la integración vertical hacia atrás, requeridos por la empresa en el momento, y en la integración vertical hacia adelante, pues la empresa invierte en nuevas actividades que la acercan más al consumidor.

3. Estrategia de diversificación. Es la inversión de los recursos estratégicos de la organización en el crecimiento de nuevas actividades y empresas que no guardan relación con las actuales, con

frecuencia la estrategia de incorporación sale de una variación, en la medida en que las empresas empiezan a funcionar libremente y a realizar intervenciones en el mercado abierto. (pág. 26)

Esto quiere decir que una estrategia forma parte del diario labor de las compañías, en su interés de poder impactar dentro del mercado y que los lleve a lograr rentabilidad y sostenibilidad a lo largo del tiempo.

## **Desarrollo empresarial**

Existen muchos conceptos para definirlo pero, desde el punto de vista de Soto (2021):

El desarrollo empresarial son el conjunto de acciones para el cambio de una empresa que tiene por finalidad el crecimiento y la mejora de su desempeño, sea aumentando su presencia en el mercado o su competitividad; englobando diferentes elementos, con los cuales un empresario puede llevar a su organización al logro de objetivos. También se puede lograr un cambio positivo en las organizaciones mediante el conocimiento de las capacidades y habilidades que tengan el capital humano.

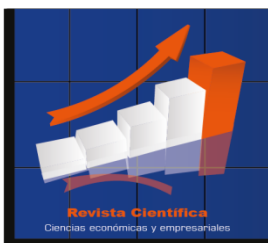
## **Características del desarrollo empresarial**

Según Soto (2021), hay varios aspectos importantes para tener un buen desarrollo empresarial como se muestran a continuación:

1. Capacitación constante de la parte humana, para poder favorecer la productividad y el manejo eficiente de los recursos de la empresa.
2. Cultura empresarial definida, son los valores y metas que determinan a la empresa y sus miembros.
3. Liderazgo, es unir los intereses de la organización con los intereses de los individuos.
4. Innovación, factor clave que permite diversificar a los mejores del resto.

Entonces al poder tener una capacitación constate en las empresas, se pueden mantener al día con nuevas tendencias en tecnologías, permitiéndoles estar en vanguardia y evitar ser superadas por otras empresas.

El desarrollo empresarial es considerado como, el proceso que experimenta toda compañía en plena evolución a lo largo de su gestión, pues se basa en una sucesión en el cual, todo el personal de la empresa se fortalece y crean nuevas destrezas que favorecen su productividad individual y grupal,



logrando un manejo eficiente y eficaz de los recursos de la empresa. Entonces tendremos una gestión organizacional más efectiva, reduciendo los tiempos muertos, aumentando la productividad empresarial y, con esto, generando grandes ganancias para la compañía y promoviendo su desarrollo tanto nacional como internacionalmente. (Comunicación Institucional, 2020)

Se han impulsado muchas iniciativas y políticas que faciliten el acceso a créditos y otros servicios a las empresas, como lo afirman Brenes & Bermúdez (2013):

La disponibilidad de financiamiento para las empresas representa un elemento vital para impulsar el desarrollo económico y social de un país. En relación, las micros, pequeñas y medianas empresas (mipymes) tienen características particulares que con frecuencia limitan sus posibilidades de acceso a las fuentes de financiamiento disponibles (pág. 30)

Por lo general conocemos a alguien que es dueño de este tipo de empresas, que forman parte de nuestra vida cotidiana como latinoamericanos, esto lo afirma Herrera (2020):

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) le dan vida a las economías de América Latina y el Caribe (ALC), pues representan 99,5% de todas las empresas de la región y 60% de la población ocupada, son las responsables por el 25% del producto interno bruto (PIB) regional, según datos de la OECD.

Pues la principal relación con estas microempresas pues se basa en la confianza y la cercanía física con los gerentes, permitiéndole dar la solución más rápida en poder satisfacer nuestras necesidades de consumo.

### **Estrategia de desarrollo empresarial**

Según Cortés (2015), no se puede considerar al margen a conceptos como beneficio y eficiencia, ya que estos aportan a que la empresa se desarrolla en óptimas condiciones, como se lo describe a continuación:

La estrategia de desarrollo empresarial, es más que un modelo de negocio de éxito, pues les permite operar de forma estable, y poder sobrevivir en su nicho de mercado, más bien es una cuestión de rentabilidad óptima de la organización en largo plazo. Para una empresa ésta estrategia de desarrollo es perfecta para un plan que lleva una empresa, para que sea eficientemente económica. Para Bouissiere (2021) la estrategia de desarrollo empresarial es considerada como:

Una elección de metas y objetivos alcanzables, la movilización de sus recursos y la participación de sus equipos en todos los niveles, teniendo una visión a largo plazo y una planificación precisa de sus acciones. El objetivo principal es ganar en eficiencia comercial, aumentar su facturación y sostener su negocio, se pueden establecer unas estrategias como: Escribe un plan de negocios, Haz un estudio de mercado, Elige tus objetivos, Determina tu estrategia, Planifica tus acciones, Movilice su fuerza de ventas y capacite a sus vendedores, Prospectar nuevos clientes, y Usa un CRM.

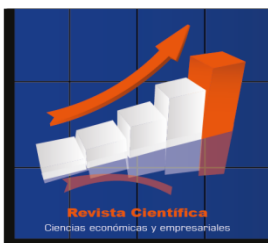
### **Las estrategias de crecimiento empresarial**

El crecimiento empresarial depende de varios factores como internos o externos. Los factores internos son la edad y el tamaño, la motivación, la estructura de propiedad y la gestión del conocimiento y, los factores externos son algunos relativos al entorno sectorial como competidores, clientes y proveedores. Estos factores tienen diversas formas de medición, entre ellas se pueden citar el valor para los accionistas, las ganancias por acción, los beneficios y las ventas. Aunque los factores determinantes para lograr el crecimiento empresarial es el volumen de ventas, éste es variable, pues depende en gran medida de la percepción, las preferencias, los gustos y los hábitos de compra de los clientes. (Yoza, Villafuerte, & Parrales, 2021, pág. 86)

A continuación, CEUPE (2018) describe cuatro estrategias básicas, tanto de crecimiento y expansión de la distribución comercial de la organización:

1. Estrategia de penetración en el mercado, es una explotación del mismo formato comercial en el mismo mercado, por medio de los mismos productos o los productos ligeramente alterados.
2. Estrategia de internacionalización, es la apertura a otros mercados geográficos con el mismo formato comercial.
3. Estrategia de integración vertical, es una extensión de las actividades de la compañía hacia actividades mayoristas y de producción.
4. Estrategia de diversificación, es la entrada en otros formatos comerciales y en sectores de apoyo a la actividad comercial.

Ya que, si una organización quiere permanecer competitivamente en el mercado, debe plantear constantemente el desarrollo de las estrategias de crecimiento, no solo en dirección de mejorar las



ventas, la cuota de mercado, el beneficio o el tamaño de la organización, sino que también para sobrevivir a la acometida de la competencia.

## **Estrategias para el desarrollo de las microempresas**

Según Berger & Guillamon (1997) consideran que:

La microempresa hace una contribución importante al empleo, producción e ingreso nacional agregados en América Latina y el Caribe, y a la promoción del talento, fortaleza y flexibilidad empresarial para enfrentar al dinamismo de la economía mundial. Además, es un vehículo importante para que las familias de bajos ingresos puedan escapar de la pobreza por medio de actividades productivas regidas por las fuerzas del mercado. (pág. 7)

Se está apoyando mucho el desarrollo de las microempresas, para que estas puedan alcanzar sus objetivos, siendo esto una mejora para la economía del país de destino.

Hay grupos favorecidos de la Estrategia del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para el crecimiento de las microempresas, y contiene a aquellos negocios que carecen de acceso adecuado a servicios financieros y comerciales, en todos los campos de la actividad económica como: el comercio, la agricultura, la manufactura y los servicios). Las acciones del BID para la microempresa y los programa para su ejecución, se concentrarán en negocios que tengan un máximo de 10 empleados y activos totales inferiores al equivalente de US\$20.000 (Berger & Guillamon, 1997, pág. 8)

## **Resultados y discusión**

### **La relación que existe entre cadena de valor y el desarrollo microempresarial**

#### **Cadenas de Valor Mundiales**

Esta percepción ha evolucionado con el pasar del tiempo, de acuerdo con las necesidades que se presentan en los mercados internacionales, pues se le llama cadena de valor mundial por aquel proceso que pasa un producto para su elaboración, y que este a su vez recorre no solo una línea de producción en una empresa, sino que es armado en más de un solo país, para ser llegado a su resultado final. Los productos cada día se los puede considerar como, por ejemplo: “Made in the world” y no “Made in the UK” o “Made in France”, pues las cadenas de valor han logrado

convertirse en una característica predominante del comercio internacional, ofreciendo nuevas perspectivas en el crecimiento, desarrollo y empleo, de acuerdo con las declaraciones emitidas por la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) y la Organización Mundial del Comercio (OMC). (GlobalSTD, 2017)

### **Cadenas globales de valor**

En la opinión de Roldán (2017), la cadena global de valor es aquel conjunto de actividades inevitable para la producción de un bien o servicio, pues se llevan a cabo en distintas localidades geográficas como regiones, países, entre otros. Estas surgen del intercambio y la apertura comercial de entre distintos países, ya que los costos de comunicación y transporte estaban muy altos, esto dificultaba el intercambio y el crecimiento en las relaciones comerciales internacionales.

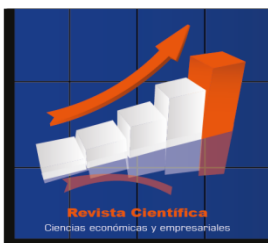
Según Alviarez (2021) Las cadenas globales de valor son fundamentales para el comercio moderno, la ausencia del proceso de producción en varias etapas, son llevadas en distintos países, que les permita aumentar la productividad mediante la especialización. Es decir, que la participación de América Latina y el Caribe en este tipo de cadenas sigue siendo baja (18%) en comparación con Asia (28%) y Europa (34%).

### **Etapas de las cadenas globales de valor**

Para Roldán (2017), hay etapas que logran efectos positivos en la economía mundial, como por ejemplo:

1. Permiten aprovechar las ventajas comparativas, en los diferentes países del mundo, como la mano de obra barata y el desarrollo de las nuevas tecnologías.
2. Disminuyen los movimientos migratorios, las personas pueden permanecer en el país si trabajan en una empresa extranjera.
3. Amplían la renta de los países en menos desarrollo, estos pueden ofrecer la mano de obra más barata.
4. Permiten acortar los precios, con la reducción de los costes de producción y fomentando la competencia, logran que los consumidores accedan a los mejores precios.

Implicaciones de políticas económicas



Se puede ayudar a los países en la región a poder mejorar su productividad y su crecimiento aumentando más la participación en las cadenas globales de valor, ya que estas también pueden provocar que aumenten la vulnerabilidad ante los shocks (desastres naturales como: terremotos, erupciones volcánicas o huracanes), aunque en ocasiones estos momentos se convierten en ventanas de oportunidad por lo que ofrecen los otros países. Existen diversas políticas que ayudan a las empresas a participar en las cadenas de valor, de manera completa, permitiéndoles a las corporaciones multinacionales funciones de forma más libre como: logrando que se promueva la facilitación del comercio, también mejorando el desempeño de la logística, con inversión en infraestructura tanto en el capital físico como en la gestión, promoviendo la innovación al mejorar la protección de los derechos de propiedad intelectual e invirtiendo en educación y capacitación para mejorar las capacidades técnicas de los trabajadores. (Cavallo & Powell, 2021, pág. 120)

### **Las MIPYME encabezadas por mujeres en la cadena de valor en una organización**

Las empresas de todo el mundo y de la región han comenzado a comprender que, al mejorar la integración de Mipymes lideradas por mujeres en sus cadenas de valor, pueden alcanzar sus objetivos financieros y sociales, también pueden ayudar a las compañías a contratar más productos locales y participar en sus comunidades, diversificar su base de proveedores y de distribución, ampliando su participación en el mercado entre bases de clientes emergentes. Entonces al ampliar la base aumenta la competencia y es favorable en términos de negocios, pues las empresas líderes, en general se han enfocado en establecer metas de contratación de empresas dirigidas por mujeres y en integrar acciones de apoyo a mujeres empresarias, a través de actividades como capacitación, acceso a crédito, como parte de sus programas de extensión a la comunidad y la responsabilidad social empresarial (RSE). (BID, 2015, pág. 8)

### **Factores económicos que impiden el desarrollo de una empresa**

Para García (2018), los emprendedores tienden a presentar factores que afectan directamente el desarrollo de su empresa, esto no quiere decir que deben quedarse sin hacer nada, ya que es necesario que se tomen medidas preventivas para luego poder adoptar una actitud proactiva ante los problemas, estos pueden ser:



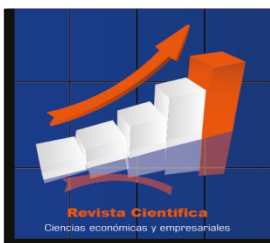
1. Factores económicos permanentes. Son aquellos que permanecen estables durante un largo tiempo, estos pueden ser a consecuencia de: el grado de desarrollo económico que tenga tu lugar de residencia, el índice del crecimiento poblacional, la disponibilidad de las materias primas, el grado índice de industrialización, y la distribución de las riquezas del país, ya que estos determinantes aportan de forma significativa, como está el desarrollo y la rentabilidad del mercado en un país.

2. Factores económicos temporales nacionales. Esto tiende a enfocarse más en cuanto al lugar donde ubicada tu empresa, es decir, va ser determinante el país en concreto en el momento determinado, ya va depender del ciclo económico que atraviese, como: expansivo, recesivo o de estancamiento, también los tipos de interés que se apliquen en cuanto al referente de la estabilidad económica y las balanzas de pagos estas se definen como el saldo entre las transacciones de los residentes y los no residentes. Entonces mientras exista más equilibrio entre estas partes, será mucho mejor para todos.

3. Factores económicos temporales internacionales. Por lo general, las economías mundiales están interrelacionadas entre sí, después de la última crisis internacional, que fue afectado en cada rincón del planeta; esto quiere decir que, dependiendo de lo que ocurre en otros países va a influir en tu empresa, factores como: el nivel general de la economía mundial, la competencia entre empresas, los niveles de proteccionismo o las tasas impositivas, y los factores macroeconómicos, estos son el tipo de cambio entre las distintas monedas, la inflación y las tasas de interés.

### **Implantar el liderazgo empresarial de las mujeres en entornos de trabajo inclusivos**

Es necesario un liderazgo empresarial de alto nivel que promueva la igualdad de género y fomente el desarrollo profesional de la mujer son algunas medidas sumamente importantes, para que haya permutas, la determinación de liderazgo femenino necesitan aceptación, asignación de recursos y definición de metas desde las esferas más altas de una organización. Modificar entonces la cultura del lugar de trabajo, ayudará para tornarlo como una forma más equitativa, contribuyendo a la retención de talentos y mejora la satisfacción en el empleo. Ampliar las licencias por maternidad/paternidad, conceder condiciones laborales más flexibles para mujeres y hombres han demostrado ser medidas con impacto más marcado en economías avanzadas donde una gran parte del trabajo de las mujeres es formal. (BID, 2015, pág. 7)



## El panorama de los emprendimientos en pandemia en Latinoamérica

Según Useche, Pereira, & Barragán (2021), El sistema empresarial se ha visto afectado a consecuencia del Covid-19, generando debilidades como la disminución de ingresos, poco acceso a financiamiento público, falta de capacidad de inversión en América latina y el Caribe, afianzado la diversidad estructural de la región, a continuación, se ejemplifica algunos países:

- La Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio en el 2020, manifestó que el 96 % de las empresas tuvieron un desplome en sus ventas y el 82 % de las empresas formales podrían permanecer en sus actividades entre uno y dos meses con propios recursos.
- La Confederación Nacional de la Industria en Brasil para el 2020, expresó que el 76 % de las empresas disminuyeron y paralizaron su producción y el 55 % han poseído problemas para acceder a crédito para aumentar el capital de trabajo.
- En Argentina, el 44 % de las empresas manifestaron no poseer suficiente liquidez para cumplir el 50 % de los compromisos laborales de salarios en abril de 2020; el 38 % no pudo pagar servicios públicos; el 48 % no pudo pagar a proveedores, y el 57 % no pagó los impuestos.
- En Chile la situación no fue mejor, ya que la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo para el 2020, indicó que el 37,5 % de las empresas redujo su personal en abril y mayo, y el 44 % de ellas están en un estado financiero malo o crítico. (pág. 274)

## Ecuador y el alto índice de falta de empleos

Para Morán (2020) describe que:

El alto nivel de emprendimiento por necesidad está profundamente ligadas a la falta de empleo y la necesidad de conseguir recursos económicos, también el desarrollo adecuado de los negocios que recién inician, dado que la mayoría de los emprendimientos que son inicialmente desarrollados no superan los primeros meses de operación, esto logra que los negocios casi en su totalidad no generen empleos, puesto por lo general son solo un auto sustento por parte de los dueños. Estos negocios están enfocados más en el área comercial, como son bares, restaurantes, tiendas de

viveres, salones de belleza, ventas de comidas en fines de semana y otros similares; buscando alternativas acordes a sus capacidades, pero son muy pocas las que prosperan. (pág. 15)

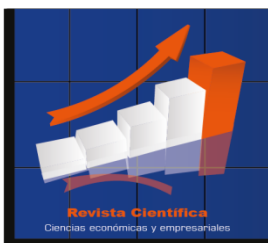
### **Que ha pasado en Ecuador con el desarrollo empresarial**

Con el reporte emitido en el 2019 por parte del Foro Económico Mundial, se dio a conocer que el Ecuador se ubica en el puesto 90 de los 140 países principales con mayor desarrollo, en la parte del pilar 11, sobre el Dinamismo de Negocios, nos ubicamos en el puesto 130 y en la parte de la Cultura Emprendedora estamos en el puesto 111. También el Global Entrepreneurship Monitor, ha reconocido a Ecuador como “líder” en la región, en lo que se denomina como una Actividad Emprendedora Temprana, pero muchos de estos emprendimientos, siguen siendo del tipo de emprendimiento por necesidad, es decir, que ubican estos negocios con bajo presupuesto, ya que son desarrollados por personas que lo que tratan es buscar un sustento familiar básico. (Morán, 2020, pág. 15)

### **Impulsar la formalización de los emprendedores ecuatorianos**

En plena pandemia en el Ecuador para el año 2020 se implementó una nueva reforma conocida como la Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS), que ayudaría a los emprendedores a cambiar la realizada de tener su emprendimiento formal, ya que les permitiría cambiar su realidad con un nuevo tipo societario simplificado, gratuito, con el objetivo que una sola persona pueda iniciar un negocio. Se han establecido más de 5.200 sociedades por acciones simplificadas, representando hoy en día casi la mitad del total de nuevas constituciones de compañías de cualquier tipo. Ecuador luego de introducir la Sociedad por Acciones Simplificadas, S.A.S., ha permitido a emprendedores de todas las provincias ecuatorianas, poder cumplir su sueño de convertirse en empresarios, impulsando entonces la actividad empresarial en todos los sectores, siendo los más beneficiados hasta el momento en el sector comercial al por mayor y menor, también las actividades profesionales, científicas y técnicas y el sector de la construcción; aproximadamente 1,500 mujeres también han podido emprender y formalizar sus negocios mediante este nuevo tipo societario. (Medina, 2021)

Según Medina (2021), afirma entonces que las sociedades por acciones simplificadas en Ecuador, se han convertido en el vehículo societario más popular del Ecuador, ayudando a impulsar la



recuperación de la economía, mediante la generación de empresas. Ya que han tenido una gran acogida por parte de los emprendedores ecuatorianos, que han visto en esta figura societaria simplificada una oportunidad para emprender nuevos negocios y formalizar los que ya existen, de forma ágil y gratuita, sin necesidad de hacer una escritura pública y evitando trámites burocráticos engorros y costosos.

### **La necesidad del fortalecimiento de las microempresas en la zona sur de Manabí**

De acuerdo con Sumba & Santistevan (2018):

Los estudios realizados revelan, que las microempresas de los cantones: Jipijapa, Paján y Puerto López ubicados en la zona sur de la Provincia de Manabí, atraviesan problemática relacionada a la organización interna de sus establecimientos, afectando la toma de decisiones acertadas por parte de sus administrativos en relación a la información veraz y confiable que deben manejar, lo que, sin dudas, disminuye las posibilidades de mayores niveles de rentabilidad y crecimiento sostenido. Según Sumba & Santistevan (2018) existen falencias como se describen a continuación:

La primera. El ineficiente proceso administrativo como: la planeación que busca influir en el futuro tomando acciones predeterminadas en el presente, que es un elemento al que se le debe prestar mucho interés; la organización que implica ordenar los medios para hacer que los recursos humanos trabajen unidos en forma efectiva hacia el logro de los objetivos de la empresa; la dirección que induce, coordina acciones con el fin de alcanzar los planes establecidos; y el control que contribuye a asegurar que se alcancen los objetivos en los plazos determinados y con los recursos planeados. Procesos administrativos al cual muchas veces no se le da la importancia necesaria y se ve reflejado en los limitados resultados que alcanzan las microempresas.

La segunda. Es la poca capacitación al microempresario y al personal que trabajan juntos, obstaculizando el aumento de la productividad, situación que implica un bajo nivel de competitividad; los estilos de comunicación entre el microempresario y sus subordinados imposibilitan que todos los que forman parte de la empresa conozcan los objetivos que se pretenden alcanzar, por lo cual su nivel de empoderamiento para trabajar por resultados es limitado. Poseen pocos implementos tecnológicos que les permitan posicionarse por delante de su competencia lo cual requiere tiempo y dinero, ello junto a factores externos como es la accesibilidad de los recursos

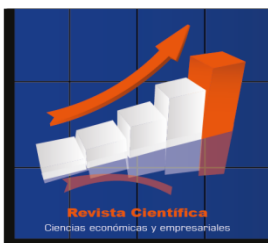
financieros, limitan sus posibilidades de adquirir más productos y personal calificado, provocando que no se desarrollen y que carezcan de una estabilidad en el mercado.

## Conclusiones

- El Ecuador a pesar de ser un país en vías de desarrollo, tiene un puesto importante en el dinamismo de los negocios, siendo partícipes de los 140 países principales, que logran un desarrollo en la Actividad Emprendedora Temprana. Entonces con base a los diferentes autores, las empresas actualmente tienden a soportar situaciones que les impiden el desarrollo empresarial, ya que no se están tomando en consideración los problemas que en muchas ocasiones pueden tornarse temporales e incluso permanentes, llegando hasta de forma internacional.
- Las empresas por lo general dependen de los factores tanto internos y externos, para que logren un crecimiento empresarial, y se logró determinar que para que cumplan con sus objetivos principales, deben siempre aplicar estrategias de desarrollo empresarial, ya que estas decisiones permiten que la empresa tenga éxito en largo plazo, en un mercado competitivo y cambiante; sin olvidarse que la cadena de valor les ayuda a identificar cuál será su ventaja competitiva ante la competencia.

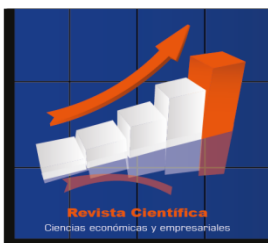
## Referencias

1. Alviarez, V. (2021). Cómo impulsar las cadenas de valor en un mundo afectado por la pandemia. Blogs BID Mejorando Vidas.
2. AndalucíaEmprende. (2019). CADENA DE VALOR. Fundación Pública Andaluza - Consejería de empleo, formación y trabajo autónomo.
3. Berger, M., & Guillamon, B. (1997). Estrategia para el desarrollo de la microempresa. Indecopi, 8. Obtenido de <https://bvirtual.indecopi.gob.pe/colec/1.pdf>
4. BID. (2000). Banco Interamericano de Desarrollo - Informe anual 2000. Oficinas de Relaciones Externas - BID. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Banco-Interamericano-de-Desarrollo-informe-anual-2000.pdf>



5. BID. (2015). EMPODERAMIENTO ECONÓMICO DE LAS MUJERES: BUENO PARA LAS MUJERES, BUENO PARA LOS NEGOCIOS Y BUENO PARA EL DESARROLLO. Publications IADB. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Empoderamiento-econ%C3%B3mico-de-las-mujeres-Bueno-para-las-mujeres-bueno-para-los-negocios-bueno-para-el-desarrollo.pdf>
6. Bouissiere, Y. (2021). Estrategia de desarrollo empresarial: 8 consejos para el éxito. PRO INFLUENT. Obtenido de <https://www.proinfluent.com/es/estrategia-de-desarrollo-de-negocios/>
7. Brenes, L., & Bermúdez, L. (2013). CONDICIONES ACTUALES DEL FINANCIAMIENTO DE LAS MIPYMES. Tec Empresarial, 2. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4456948>
8. Cavallo, E., & Powell, A. (2021). Oportunidades para un mayor crecimiento sostenible tras la pandemia. Banco Interamericano de Desarrollo - Informe macroeconómico de América Latina y el Caribe 2021. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Informe-macroeconomico-de-America-Latina-y-el-Caribe-2021-Oportunidades-para-un-mayor-crecimiento-sostenible-tras-la-pandemia.pdf>
9. CEUPE. (2018). LAS ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL. BLOG CEUPE. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/las-estrategias-de-crecimiento-empresarial.html>
10. Comunicación Institucional. (2020). ¿Qué es desarrollo empresarial? IBERO. Obtenido de <https://blogposgrados.tijuana.iberomx.com/que-es-desarrollo-empresarial/>
11. Cortés, D. (2015). Las estrategias de desarrollo empresarial. Blog CEUPE. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/que-es-una-estrategia-de-desarrollo-empresarial.html#:~:text=La%20estrategia%20de%20desarrollo%20empresarial,la%20empresa%20a%20largo%20plazo.>

12. García, G. (2018). 3 factores económicos que afectan al desarrollo de tu empresa. *EmprendePyme*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/factores-economicos-que-afectan-al-desarrollo-de-tu-empresa.html>
13. Garralda, J. (2013). *LA CADENA DE VALOR*. Madrid España: IE Business School.
14. GlobalSTD. (2017). *CADENAS DE VALOR MUNDIALES*. GlobalSTD CERTIFICATION. Obtenido de <https://www.globalstd.com/blog/cadenas-de-valor-mundiales/>
15. Herrera, D. (2020). Desafíos y soluciones para mejorar el financiamiento a las mipymes durante la pandemia. *Blogs Iadb - BID mejorando Vidas*. Obtenido de <https://blogs.iadb.org/innovacion/es/mejorar-el-financiamiento-a-las-mipymes-durante-la-pandemia/>
16. Lozano, O. (2015). *Fortaleciendo Cadenas: 10 Acciones para Mejorar la Cadena de Valor*. *Businessstraining*. Obtenido de <http://www.businessstraining.com.mx/egaii/docs/Fortaleciendo%20Cadenas.pdf>
17. Medina, C. (2021). Impulsar la formalización de los emprendedores ecuatorianos ahora es más fácil. *Banco Mundial BLOGS*. Obtenido de <https://blogs.worldbank.org/es/latinamerica/impulsar-la-formalizacion-de-los-emprendedores-ecuatorianos-ahora-es-mas-facil>
18. Morán, R. (2020). *RevistaJunio2020 - Camara de Comercio de Guayaquil - SOBRE LA LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN*. La revista de la cámara de Comercio de Guayaquil. Obtenido de <https://www.lacamara.org/website/revista-comercio/RevistaJunio2020.pdf>
19. Nutz, N., & Sievers, M. (2016). *GUÍA GENERAL PARA EL DESARROLLO DE CADENAS DE VALOR - Cómo crear empleo y mejores condiciones de trabajo en sectores objetivos*. Ginebra: Copyright - Organización Internacional del Trabajo. Obtenido de [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---ifp\\_seed/documents/instructionalmaterial/wcms\\_541432.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_541432.pdf)
20. Ogliastri, E. (2015). *MANUAL DE PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA - Siete modelos para hacer un plan estrategico - Quinta edición revisada*. INCAE BUSINESS SCHOOL. Obtenido de <https://www.researchgate.net/profile/Enrique->



Ogliastri/publication/315474831\_Ogliastri\_Enrique\_Manual\_de\_Planificacion\_Estrategica\_a\_Siete\_modelos\_para\_hacer\_un\_plan\_estrategico\_INCAE\_Costa\_Rica\_2004\_quinta\_edicion\_23000\_ejemplares\_impresos\_hasta\_2009/links

21. Porter, M. (1991). Ventaja Competitiva - Creación y sostenimiento de un desempeño superior. Argentina : Rei Argentina S.A.
22. Quintero, J., & Sánchez , J. (2016). La cadena de valor: Una herramienta del pensamiento estratégico. TeloS, 6.
23. Roldán, P. (2017). Cadena global de valor. Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/cadena-global-valor.html>
24. Soto, A. (2021). ¿Qué es desarrollo empresarial? – Principales características. App xolot. Obtenido de <https://blog.appxolot.com/desarrollo-empresarial/>
25. Sumba , M., & Santistevan, D. (2018). Las microempresas y la necesidad de fortalecimiento: reflexiones de la zona sur de Manabí, Ecuador. Scielo.
26. Useche, M., Pereira, M., & Barragán, C. (2021). Retos y desafíos del emprendimiento ecuatoriano, trascendiendo a la pospandemia. RETOS - Ciencias de la Administración y Economía. Obtenido de <https://retos.ups.edu.ec/index.php/retos/article/view/22.2021.05>
27. Yoza, X., Villafuerte, R., & Parrales, M. (2021). CRECIMIENTO EMPRESARIAL: ESTRATEGIA DE DESARROLLO DEL MERCADO EN EL SECTOR MIPYMES. Revista Publicando, 86.