







**Ecuador: Ciclo de vida de las  
MIPYMES en la última década**

**Sectores:  
vestimenta y alimentos**

**Ecuador: Ciclo de vida de las MIPYMES en la última década**  
**Sectores: vestimenta y alimentos**

©Autores:

PhD. Jorge Guadalupe

PhD. Ximena Morales

MSc. Andrés Palacio

PhD. Diana Morales

ISBN: 978-9942991690

Fecha de publicación: octubre de 2018

Pares revisores académicos:

Mgt. Verónica Artola. Gerente del Banco Central del Ecuador.

Dr. Pablo Chafra. Docente investigador Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Editor: Ing. Hugo Arias Flores, MBA.

Coordinadores de edición: Juan Merino y Carlos Borja.

Corrección, diseño e impresión: Editorial El Conejo

Av. 6 de Diciembre N26-97 y la Niña, piso 3

Telf: 22 27 948/ 22 27 949

Fax: 2 501 066

info@editorialelconejo.com

www.editorialelconejo.com

Editorial de la Universidad Tecnológica Indoamérica. Quito – Ecuador.



Queda rigurosamente prohibida la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la fotocopia y el tratamiento informático, sin autorización escrita del titular del Copyright, bajo las sanciones previstas por las leyes.

Cómo citar este libro:

Guadalupe, J., Morales, X., Palacio, A., y Morales, D., (2018). *Ecuador: Ciclo de vida de las MIPYMES en la última década. Sectores: vestimenta y alimentos*. Quito, Ecuador: Universidad Tecnológica Indoamérica.

# **Ecuador: Ciclo de vida de las MIPYMES en la última década**

## **Sectores: vestimenta y alimentos**

### **AUTORES:**

PhD. Jorge Guadalupe<sup>1</sup>

PhD. Ximena Morales<sup>2</sup>

MSc. Andrés Palacio<sup>3</sup>

PhD. Diana Morales<sup>4</sup>

---

1 Director del Centro de Empresa, Sociedad y Tecnología (ESTec).

2 Investigadora del Centro de Empresa, Sociedad y Tecnología (ESTec).

3 Investigador del Centro de Empresa, Sociedad y Tecnología (ESTec).

4 Docente Investigadora, Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato



## **Contenido**

Dedicatoria _____	11
Agradecimientos _____	13
<b>I. Introducción _____</b>	<b>15</b>
<b>II. Supervivencia empresarial de las MIPYMES en Ecuador: sector vestimenta y alimentos. Una aproximación teórica inicial. _____</b>	<b>21</b>
<b>III. Panorama general de los sectores de vestimenta y alimentos. Visión agregada _____</b>	<b>29</b>
Alimentos _____	31
Vestimenta _____	36
<b>IV. Evolución sectorial de la pequeña empresa _____</b>	<b>41</b>
Alimentos _____	43
Vestimenta _____	48
<b>V. Evolución sectorial de la microempresa _____</b>	<b>51</b>
Alimentos _____	53
Vestimenta _____	58
<b>VI. Evolución sectorial de la mediana empresa _____</b>	<b>61</b>
Alimentos _____	63

Vestimenta _____	68
------------------	----

## **VII. Comparativo de las MIPYMES en los sectores**

<b>de vestimenta y alimentos _____</b>	<b>71</b>
--	-----------

Alimentos _____	73
-----------------	----

Vestimenta _____	81
------------------	----

<b>VIII. Conclusiones _____</b>	<b>91</b>
---------------------------------	-----------

<b>IX. Bibliografía _____</b>	<b>94</b>
-------------------------------	-----------

## **Tabla de ilustraciones**

*Gráfico 1: Sector alimenticio: fabricación de alimentos.*

<i>Número total de empresas. _____</i>	<i>33</i>
--	-----------

*Gráfico 2: Sector alimenticio: fabricación de alimentos.*

<i>Número total de personas empleadas en el sector. _____</i>	<i>34</i>
---	-----------

*Gráfico 3: Sector alimenticio: fabricación de alimentos.*

<i>Remuneración mensual promedio de los empleados. _____</i>	<i>35</i>
--	-----------

*Gráfico 4: Sector alimenticio: fabricación de alimentos.*

<i>Ventas anuales. _____</i>	<i>36</i>
------------------------------	-----------

*Gráfico 5: Sector vestimenta: fabricación de prendas de vestir.*

<i>Remuneración promedio. 2009-2016. _____</i>	<i>38</i>
--	-----------

*Gráfico 6: Sector alimenticio: fabricación de alimentos.*

<i>Número total de pequeñas empresas. _____</i>	<i>45</i>
---	-----------

*Gráfico 7: Sector alimenticio: fabricación de alimentos.*

<i>Número total de empleados en las pequeñas empresas. _____</i>	<i>46</i>
--	-----------

<i>Gráfico 8: Sector alimenticio: fabricación de alimentos. Remuneración mensual promedio de los empleados de las pequeñas empresas.</i>	47
<i>Gráfico 9: Sector alimenticio: Fabricación de alimentos. Ventas anuales de las pequeñas empresas período 2009-2016.</i>	48
<i>Gráfico 10: Sector vestimenta, pequeña empresa. Fabricación de prendas de vestir. Remuneración promedio 2009-2016.</i>	50
<i>Gráfico 11: Sector alimenticio: fabricación de alimentos. Número total de pequeñas empresas.</i>	55
<i>Gráfico 12: Sector alimenticio: fabricación de alimentos. Número total de empleados en las microempresas.</i>	56
<i>Gráfico 13: Sector alimenticio: fabricación de alimentos. Remuneración mensual promedio de los empleados de las microempresas.</i>	57
<i>Gráfico 14: Sector alimenticio: fabricación de alimentos. Ventas anuales de las microempresas.</i>	58
<i>Gráfico 15: Sector alimenticio: fabricación de alimentos. Ventas anuales de las microempresas.</i>	65
<i>Gráfico 16: Sector alimenticio: fabricación de alimentos. Número total de empleados en las medianas empresas.</i>	66
<i>Gráfico 17: Sector alimenticio: fabricación de alimentos. Remuneración mensual promedio de los empleados de las medianas empresas.</i>	67
<i>Gráfico 18: Sector alimenticio: fabricación de alimentos. Ventas anuales de las medianas empresas.</i>	68
<i>Gráfico 19: Comparativo MIPYMES en el número de empresas. Sector alimenticio.</i>	75

<i>Gráfico 20: Comparativo MIPYMES en el número de empleados. Sector alimenticio.</i>	77
<i>Gráfico 21: Comparativo MIPYMES en la remuneración. Sector alimenticio.</i>	79
<i>Gráfico 22: Comparativo MIPYMES en las ventas anuales. Sector alimenticio.</i>	81
<i>Gráfico 23: Comparativo MIPYMES en el número de empresas. Sector vestimenta.</i>	83
<i>Gráfico 24: Comparativo MIPYMES en el número de empleados. Sector vestimenta.</i>	85
<i>Gráfico 25: Comparativo MIPYMES en la remuneración. Sector vestimenta.</i>	87
<i>Gráfico 26: Comparativo MIPYMES en las ventas anuales. Sector vestimenta.</i>	89

## **Dedicatoria**

El presente libro va dedicado a los investigadores del Centro de Investigación de la Universidad Tecnológica Indoamérica, por su apoyo permanente en la elaboración de la presente obra. Asimismo, nos permitimos dedicar la obra al doctor Patricio Arévalo, quien fue el mentor de ella y a quien le guardamos un gran recuerdo y admiración. Finalmente, la obra va dedicada a nuestras familias, quienes son el sostén de nuestros proyectos.



## **Agradecimientos**

Este libro ha sido publicado gracias al apoyo de las autoridades de la Universidad Tecnológica Indoamérica, en especial del señor canciller, Ing. Saúl Lara Paredes; del señor rector, Dr. Franklin Tapia; del señor vicerrector, PhD. Jorge Cruz; del señor coordinador general de investigación, PhD. Janio Jadán. Queremos también agradecer al estudiante Rodrigo Almeida por la elaboración de la portada del libro. De igual manera, agradecemos la asistencia en la recopilación de datos y la realización de gráficos y tablas a los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Tecnológica Indoamérica: Dyana Carolina Estévez Alarcón y Ronny Alexander Rosero Aragón.





# **I. Introducción**



---

Las teorías del crecimiento económico reconocen, en gran medida, que las medianas y pequeñas empresas (MIPYMES) son fuentes que aumentan la economía (por ejemplo, Thurik y Wennekers 2004, Wennekers y Thurik 1999). Ellas crean empleos, generan competencia en el mercado, flexibilidad estratégica, promueven la innovación y el *spillover* empresarial (Acs y Szerb 2007; Audretsch 2007; Rothwell y Zegveld 1982; Schumpeter 1934, Ou, 2006; Ergas y Orr, 2007; Organisation for Economic Co-operation and Development, 2005). En comparación con las grandes empresas, las MIPYMES tienen una propensión a utilizar procesos de producción que requieren un porcentaje de mano de obra elevado (Olawale y Garwe 2010). En este sentido, contribuyen significativamente a la provisión de oportunidades de empleo productivo, la generación de ingresos y, eventualmente, la reducción de la pobreza (OCDE 2014).

De esta forma, el resultado de la combinación de iniciativa empresarial e innovación es un espíritu empresarial innovador: empresas basadas en ideas nuevas y, a veces, aunque no siempre, en investigación. A menudo esas empresas tienen un potencial de crecimiento relativamente alto y pueden convertirse en empresas gacelas<sup>5</sup> (Lindholm Dahlstrand y Lois Stevenson, 2010).

---

5 Empresas gacelas: son aquellas que presentan tasas de crecimiento superiores en comparación a las del promedio del sector al que pertenecen. En consecuencia, son también las que más contribuyen al desarrollo de la economía y a la creación de empleos (Leiva y Alegre, 2012).

Las MIPYMES juegan un papel importante ya que muchos de los productos innovadores, nuevos modelos de negocio e innovaciones generales a menudo son impulsadas por este sector. Por tanto, se encuentran mejor posicionadas para aprovechar las desregulaciones del mercado y ser más ágiles y ambiciosas que sus pares corporativos más grandes. Regularmente se ubican en áreas geográficas que están fuera de los grandes centros urbanos. Esto puede ser por razones de estilo de vida o simplemente porque allí es donde existe la oportunidad de negocio (Vermeulen, 2005).

Además del número de empleados, hay otros factores importantes que caracterizan a las MIPYMES y que están relacionados con la gestión y la naturaleza de sus operaciones, las cuales pueden ser administradas por sus propietarios, quienes usualmente reciben ayuda de sus familiares (Okello-Obura y Matovu, 2011). En este sentido, el sistema de toma de decisiones es bastante flexible e informal, y depende de la iniciativa de uno o varios ejecutivos. Por su propia naturaleza de operación, las MIPYMES tienen una estrecha gama de productos/servicios y una estructura de gestión relativamente simple y poco sofisticada, con un rango de tolerancia estrecho.

Según Rwigema y Karungu (1999), las MIPYMES son dominantes en la mayoría de las economías. En los países del primer mundo, como Estados Unidos y Reino Unido, desempeñan un papel importante en la economía; mientras que en los países en vías de desarrollo dominan el sector de las empresas económicamente activas, y su prosperidad se considera mucho más importante que en los países desarrollados.

Sobre esto, los resultados del proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) han demostrado que en los países en desarrollo la necesidad de emprender es una fuerza más constante para la economía que el emprendimiento por oportunidad. Debido a la falta de trabajo remunerado en estos países, es común que las personas emprendan negocios para evitar el desempleo (Reynolds, D., Michael Camp, S., William, D., Bygrave, Erkkö Autio, y Hay, M., 2001). En los

países desarrollados, en cambio, las tasas de actividad empresarial tienden a ser más bajas, mientras que el papel de los empresarios de oportunidad es mayor, y su influencia es más frecuente en las economías en desarrollo. Asimismo, el proyecto GEM, a nivel global, ha mostrado que la relación entre la necesidad y el emprendimiento de oportunidad crece en períodos de crisis; y que, a la inversa, esta relación disminuye en los períodos de crecimiento económico.

Con respecto a los factores de supervivencia y éxito de la puesta en marcha de las MIPYMES, existe una amplia documentación que demuestra que las características empresariales (es decir, educación y experiencia) y los atributos de nuevas empresas (capital inicial y número de empleados) se relacionan positivamente y logran esos objetivos (Ebben y Johnson 2005; Geroski 2005; van Praag 2003; Ribeiro-Soriano y Castrogiovanni 2012; Simón-Moya, Revuelto-Taiboada y Ribeiro-Soriano 2012; West y Noel 2009).

Para el caso de Ecuador se observa que las MIPYMES son las que más movilidad tienen, puesto que pocas empresas mantienen relativamente el mismo tamaño entre el año 2012 y 2015. Los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2012, 2015), revelan que entre esos años existió un crecimiento de un 20% entre la totalidad de empresas que forman parte del tejido empresarial ecuatoriano. En el caso que nos ocupa, las MIPYMES en los años estudiados pasaron de 69 569 (9,9%) a 76 746 (9,08%), respectivamente.

Por otro lado, si analizamos el volumen de negocio en el año 2012, las MIPYMES registraron ventas de 38 664 millones de dólares, que representaban el 26,7% del total de ventas del grupo de clasificación; mientras que para el 2015 las ventas superaron los 40 000 millones de dólares. Otro aspecto de interés –dado que las MIPYMES son fuentes generadoras de empleo– se destaca entre los años 2012 y 2015, donde existió un crecimiento de personal empleado asalariado del 5%. De igual forma, en el 2012 el número de personal asalariado fue del 18,5%, mientras en el año 2015 este porcentaje se duplicó.

Dicho esto, en el presente estudio se analizará la evolución de las MIPYMES en Ecuador en los sectores vestimenta y alimentos. Estos sectores son los que ocupan la atención de los objetivos del centro de empresa, sociedad y tecnología.

En primer lugar, se hará una descripción del panorama general que caracteriza a las MIPYMES de los sectores vestimenta y alimentos. Después, se analizará la evolución de cuatro variables principales: número de empresas, número de empleados, remuneración promedio y ventas anuales, con el objetivo de dar cuenta de la evolución, en los últimos ocho años, de los indicadores fundamentales de las MIPYMES en los sectores mencionados anteriormente. En segundo lugar, se estudiará en detalle la evolución de cada una de las variables anteriores en los sectores específicos, diferenciándolos por tamaño de empresa: gran empresa, mediana empresa, pequeña empresa y microempresa. En tercer lugar, se realizará una comparación de lo sucedido en la evolución de las MIPYMES de cada sector diferenciado por tamaño; esto con el objetivo de relativizar la evolución de las MIPYMES en cada uno de los sectores. Finalmente, en cuarto lugar, se describirá y comparará el tiempo de vida de las MIPYMES de los sectores que se están estudiando, a fin de obtener información, al menos preliminar, de los determinantes de la supervivencia empresarial.



**II. Supervivencia empresarial  
de las MIPYMES en Ecuador:  
sector vestimenta y  
alimentos. Una aproximación  
teórica inicial**



---

Las empresas, particularmente las MIPYMES, en el marco de la teoría económica moderna, son entendidas como organizaciones que combinan factores productivos y transforma insumos en producción. Sin embargo, para Hahn (1981) las empresas son una –figura misteriosa–, teniendo en cuenta que en estas –moléculas económicas– se produce la mayor parte de las cosas que consumimos. Allí se emplean a millones de personas y la eficiencia del sistema económico depende, casi en su totalidad, del propio funcionamiento de estas.

Las MIPYMES son reconocidas como la base y el motor de crecimiento y desarrollo, ya sea en economías desarrolladas o en vías desarrollo (Amah, 2017). No obstante, este tipo de empresas enfrentan diversos desafíos que aún son considerados como limitantes para alcanzar su éxito. La naturaleza dinámica de este grupo empresarial lo hace vulnerable a una alta tasa de mortalidad, ocasionada por la incertidumbre y la competitividad en el entorno en que se desarrollan.

En este sentido, Maheshwari (1980) (como se citó en Simpson et al., 2007) ponen de manifiesto que la supervivencia empresarial es un concepto multidimensional, sin una definición común. Este hecho puede deberse a los diversos criterios aplicados para medir la supervivencia. Por su parte, Imoisili (1978) definió a la supervivencia como la capacidad de la organización para lograr un crecimiento sostenible y, a la vez, alcanzar sus objetivos, que la llevarán a un rendimiento final superior. En la misma línea, Jennings y Beavers (1995) mencionaron que la descripción más común de supervivencia tiene mucho que ver

con la viabilidad financiera y el crecimiento con ganancias suficientes.

Simpson et al. (2007) señalaron que existen dos indicadores principales de supervivencia: las medidas financieras y no financieras. Las medidas de rendimiento financiero incluyen: rentabilidad, rendimiento del capital, productividad de los activos, márgenes de ventas, margen operativo neto, etc.; mientras que los indicadores no financieros son: el grado de satisfacción del empleado, la capacidad de retener al talento humano, el grado de satisfacción del cliente, la satisfacción de los propietarios, productos y servicios innovadores, etc.

Adicionalmente, Dhliwayo (2014) encontró que, si una empresa ofrece con consistencia al cliente algo nuevo o diferente de sus competidores, tendrá una ventaja competitiva. La ventaja, sin embargo, es temporal, lo que significa que la empresa necesita buscar continuamente innovaciones. Osenieks y Babauska (2014) encontraron que la complejidad de la innovación ha aumentado, debido a que la mayor cantidad de conocimiento que está disponible ayuda a tomar las decisiones estratégicas de las organizaciones.

En este punto la mayoría de los empresarios modernos son replicativos, es decir, están involucrados en actividades convencionales y contribuyen poco a las revoluciones industriales y el crecimiento económico (Griffiths, Kickul, Bacq, y Terjesen, 2012).

Asimismo, Bates y Robb (2014) encontraron que los propietarios de pequeñas empresas, que utilizan el proceso innovador para planificar y organizar sus actividades en estrategias comerciales, son capaces de mantener su negocio viable.

Schumpeter (1934) describió a su emprendedor como un agente de cambio dentro de la economía (Dorin y Alexandru, 2014). Las acciones del emprendedor fueron los principales mecanismos desencadenantes de las perturbaciones que hicieron posible el desarrollo económico de los sectores (Croitoru, 2012). Del mismo modo, este autor manifestó que el crecimiento y desarrollo económico real incrementa a medida que la productividad se relaciona con la innovación (Konstantakis, Michaelides, y Papageorgiou, 2014).

En general, Schumpeter es uno de los autores que más hincapié ha hecho en la innovación y las nuevas combinaciones, en la

explicación de una dinámica cíclica de la economía, donde la introducción de nuevas combinaciones de factores –que sustituyen a las tradicionales– es obra de empresas nuevas que compiten y desplazan; es decir, el proceso innovador viene acompañado de una oleada de creación de nuevas empresas, de la aparición de nuevos empresarios, así como de la desaparición de empresas preexistentes.

## Metodología

En el presente estudio analizaremos la dinámica empresarial en la última década (2009-2016), prestando una atención específica en aquellos sectores de empresas privadas relacionados directamente con alimentos y vestimenta. Se debe destacar que en el grupo de empresas analizadas no se han incluido instituciones y empresas públicas, dada su forma de funcionamiento y modelo de gestión.

Para ello se realizó un análisis estadístico, que se apoya en datos obtenidos a partir del Laboratorio de Dinámica Laboral y Empresarial del INEC. Además, es importante mencionar que esto fue realizado tan solo con empresas activas<sup>6</sup> (INEC, 2017).

## Análisis empírico

En el diagnóstico global, basado en la información y los estudios disponibles, de la tabla 1 se observa, a través de las tasas de nacimiento y muerte de empresas, que en el período 2010-2012 el porcentaje de empresas han experimentado un crecimiento sostenido en el tiempo en ambos sectores; mientras que en años posteriores se registra leves descensos que no han permitido a estos sectores repuntar o alcanzar un pico máximo en el período analizado, específicamente, el regis-

---

6 Una empresa se considera activa si en el periodo  $t$  declara ventas, empleo y actividad económica válida a cuatro dígitos de la CIIU (cuarta revisión). Por otro lado, se identifica una muerte empresarial si la empresa estuvo activa en el período  $t-1$  pero no en el periodo  $t$  (INEC, 2017).

trado en el año 2014, debido a factores externos relacionados con la caída del precio del petróleo.

El primer aspecto en el que vamos a detenernos es el sector alimentos. Los datos revelan que en el año 2011 se registra un pico importante en la tasa de nacimientos empresariales del sector, situación que coincide con la realidad de la tasa de empresas registradas activas a nivel país. Sin embargo, en el año 2016 –tanto en el sector alimentos como en los diferentes sectores productivos– existe una tasa de muerte empresarial que supera a la tasa de nacimiento.

Apuntado ese hecho, se debe resaltar que un factor importante para la supervivencia de las empresas está relacionado con el proceso de destrucción creativa de Schumpeter (1934), ya que se generan olas o ciclos económicos en los cuales algunas empresas nacen y otras desaparecen.

**Tabla 1**  
**Tasas de nacimiento y muerte de empresas del sector privado, sector alimentos y vestimenta. Período 2010-2016**

Año	SECTOR ALIMENTOS		SECTOR VESTIMENTA		ECUADOR	
	Tasa de nacimiento	Tasa de muerte	Tasa de nacimiento	Tasa de muerte	Tasa de nacimiento	Tasa de muerte
2010	14,29	8,04	22,37	10,11	23,62	10,6
2011	21,02	5,48	35,25	9,77	29,78	9,3
2012	19,48	6,21	26,72	9,47	25,68	9,94
2013	13,77	11,04	24,87	15,49	19,02	13,3
2014	16,59	9,41	16,43	10,6	19,06	10,96
2015	13,75	12,51	16,76	18,45	15,54	16,57
2016	11,4	11,74	11,44	18,19	13,22	16,16

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

Ahora analizaremos los hechos estilizados de la demografía empresarial. Empezaremos destacando que, tanto para el sector vestimenta como para el sector alimentos, las tasas de rotación que se registraron entre los años 2014 y 2015 son relativamente altas, en relación a los demás años de la clasificación. Si los analizamos por separado, el sector relacionado con vestimenta ha experimentado un crecimiento en la entrada neta empresarial estable del 71%, en el período 2009-2015.

Asimismo, en el sector alimentos las entradas de empresas son similares a las del sector vestimenta, registrando un crecimiento del 49% en el período analizado.

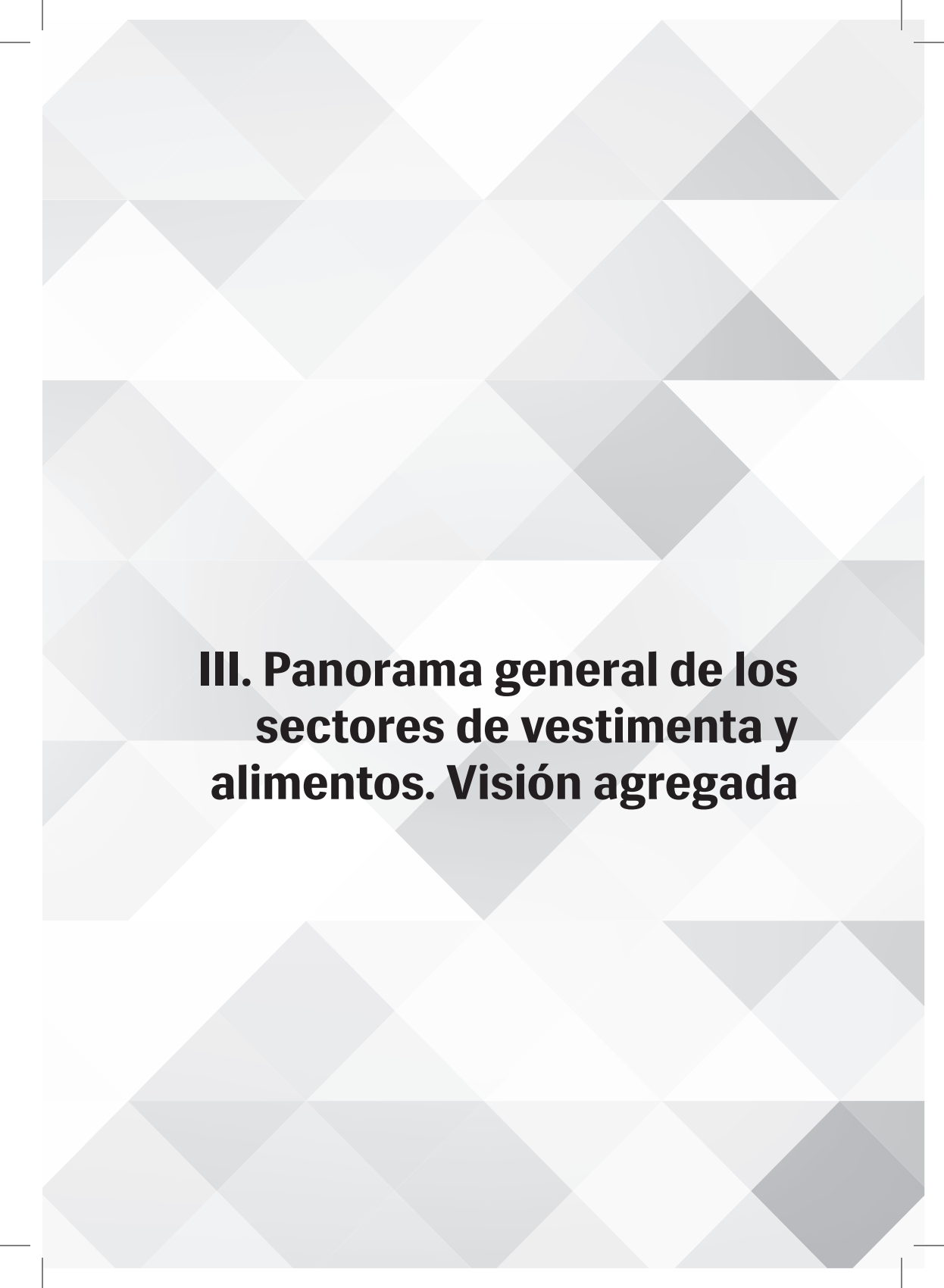
**Tabla 2**  
**Entradas y salidas de empresas del sector privado de alimentos y vestimenta. Período 2009-2016**

Año	Sector vestimenta: Empresas dedicadas exclusivamente a esta actividad				Sector alimentos: Empresas dedicadas exclusivamente a esta actividad			
	En-trada bruta	Sa-lida bruta	Entra-da neta	Rota-ción	En-trada bruta	Sa-lida bruta	En-trada neta	Rota-ción
2009	465	47	418	512	945	76	869	1 021
2010	522	51	471	573	1 004	55	949	1 059
2011	655	62	593	717	1 160	72	1 088	1 232
2012	768	119	649	887	1 314	145	1 169	1 459
2013	840	89	751	929	1 350	127	1 223	1 477
2014	889	164	725	1 053	1 447	181	1 266	1 628
2015	874	159	715	1 033	1 465	172	1 293	1 637

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC





### **III. Panorama general de los sectores de vestimenta y alimentos. Visión agregada**



---

## **Alimentos**

Las empresas del sector de alimentos evidencia, según la tabla 3, un aumento del 54% durante los años 2009 y 2016, pasando de 945 a 1 460. Sin embargo, en el mismo período, el número de empleados tuvo un incremento de apenas el 34%, es decir 20 puntos porcentuales menos que el incremento en las empresas. Asimismo, el porcentaje de acrecentamiento de los empleados también fue inferior al de la remuneración promedio y al de las ventas anuales, cuyos registros estuvieron entre el 60% y del 68%, respectivamente.

Es decir, por un lado se mejoró la relación de ventas anuales/número de empresas, que en el año 2009 alcanzó, en promedio, US\$ 7,75 millones por empresa, mientras que para el año 2016 se logró US\$ 845 millones. Por otro lado, se disminuyó la relación ventas anuales/número de empleados por remuneración promedio, que en el año 2009 fue de 177,67 veces y para el año 2016 fue solo de 140,45.

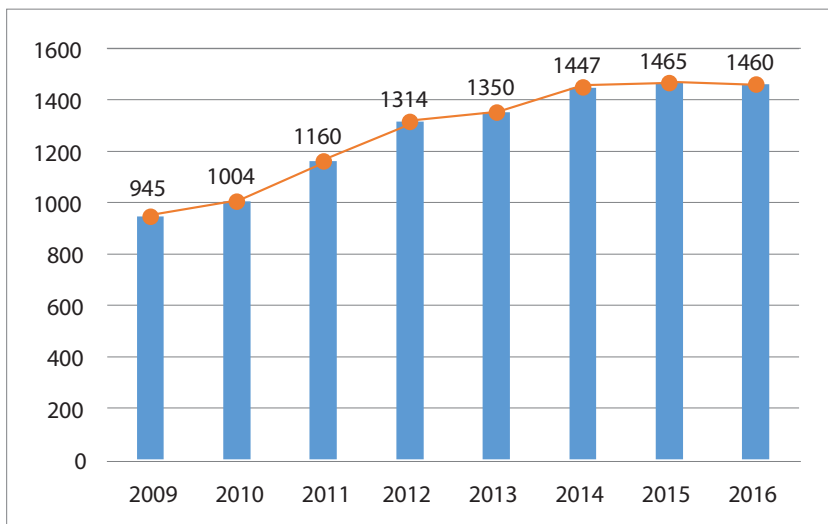
**Tabla 3**  
**Sector alimenticio: fabricación de alimentos. Empresas dedicadas exclusivamente a esta actividad.**

<b>Años</b>	<b>Número de em- presas</b>	<b>Número de em- pleados</b>	<b>Remunera- ción promedio (US\$)</b>	<b>Ventas anuales (US\$)</b>
<b>2009</b>	945	89 001	463,27	7 325 566 793,00
<b>2010</b>	1 004	94 622	496,11	8 121 353 931,00
<b>2011</b>	1 160	104 822	535,86	10 168 617 891,00
<b>2012</b>	1 314	113 326	576,31	10 986 269 384,00
<b>2013</b>	1 350	113 930	629,16	11 667 169 407,00
<b>2014</b>	1 447	121 925	661,00	12 742 195 254,00
<b>2015</b>	1 465	121 948	706,88	12 342 406 613,00
<b>2016</b>	1 460	118 870	739,33	12 343 513 182,00

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

En lo que respecta al número de empresas que se encuentran en este sector, la Gráfico 1 muestra un crecimiento ininterrumpido desde el 2009 hasta el 2015, alcanzando el 54%. En el año 2016 apenas tuvo una pequeña disminución de cinco empresas, circunstancia que demuestra que este sector se mantuvo al alza, a pesar del deterioro del producto interno bruto (PIB) durante los años anteriores, lo que resultó en el incremento neto de 515 empresas durante el período analizado.

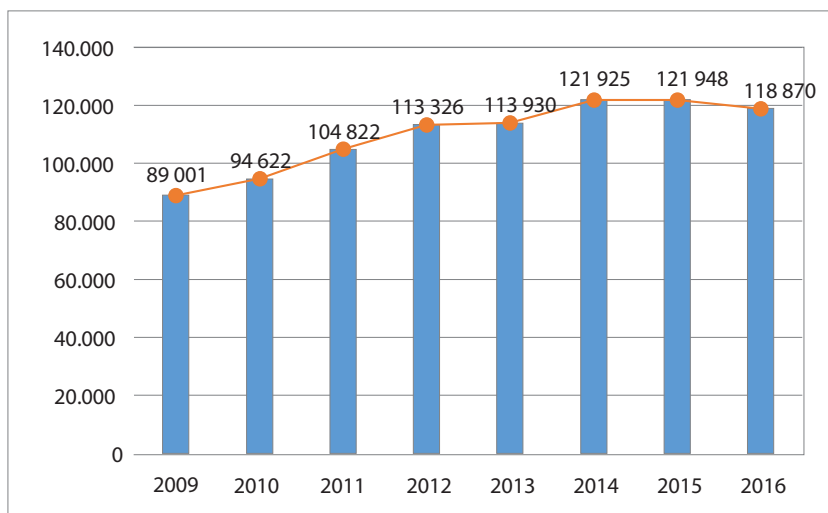


**Gráfico 1: Sector alimenticio: fabricación de alimentos.  
Número total de empresas.**

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

Según el Gráfico 2, el número de empleados trabajando en este sector evidencia un aumento neto de alrededor de 30 mil trabajadores, lo que significó un incremento del 34% desde el año 2009 al 2016. Solamente en el 2016 tuvo una reducción de tres mil empleados, lo que guarda relación con la disminución del número de empresas alimenticias en ese año.

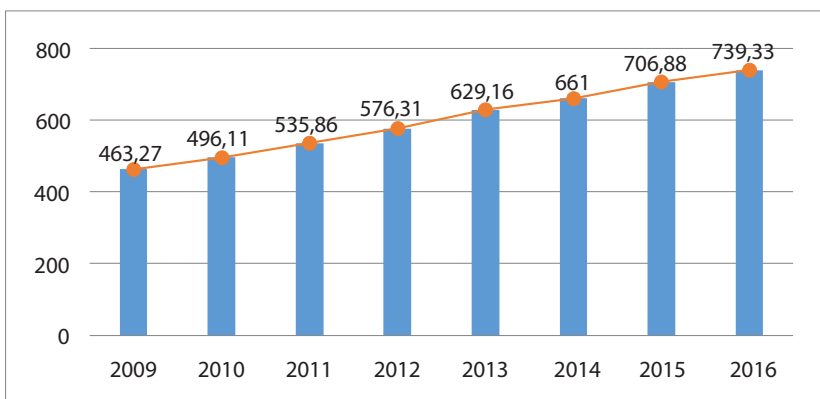


**Gráfico 2: Sector alimenticio: fabricación de alimentos.  
Número total de personas empleadas en el sector.**

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

A continuación, en el Gráfico 3 se observa un incremento del 60% de la remuneración mensual promedio desde el año 2009 hasta el año 2016, es decir un aumento neto de US\$ 276,06 mensuales en promedio, lo cual representa un alto porcentaje en una economía dolarizada que beneficia a estos trabajadores y a sus familias. Además, tal incremento se encuentra compensado con un significativo crecimiento en las ventas anuales, pero, lamentablemente, con un bajo aumento del número de empleados.

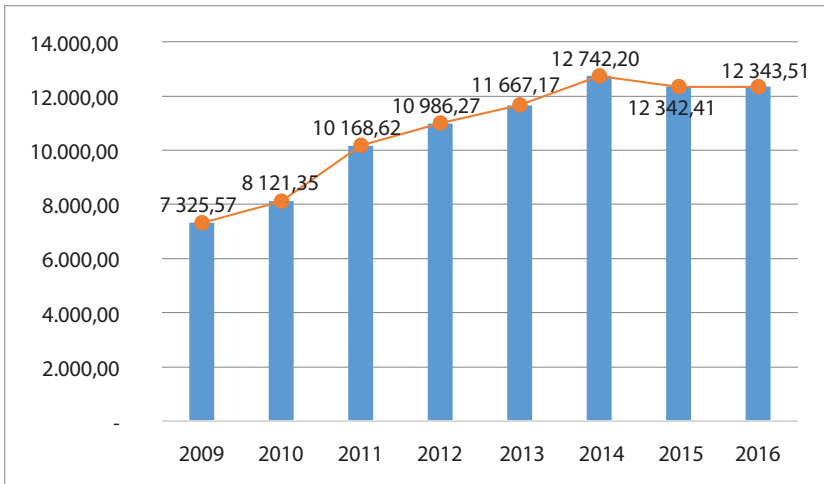


**Gráfico 3: Sector alimenticio: fabricación de alimentos. Remuneración mensual promedio de los empleados.**

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

En el Gráfico 4 se evidencia un apreciable incremento (74%) de las ventas anuales, expresadas en millones de dólares, entre los años 2009 y 2014. Sin embargo, en el 2015 tuvo una disminución del 3%, aunque al año siguiente se mantuvo estable. El crecimiento mostrado y sus cifras, que alcanzan los varios miles de millones de dólares, hace destacable la contribución de este sector como una importante cuenta en el PIB de Ecuador.



**Gráfico 4: Sector alimenticio: fabricación de alimentos. Ventas anuales.**

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

## Vestimenta

Tal y como se puede ver en la tabla 4, el sector vestimenta ha aumentado progresivamente el número de empresas que lo integran, aunque a partir del año 2014, como resultado del impacto general de la crisis y de su afectación en el crecimiento económico, este ha disminuido paulatinamente. En efecto, el promedio de crecimiento de empresas del sector, entre los años 2009 y 2013, fue de 14%, mientras que el promedio de decrecimiento, entre los años 2014 y 2016, fue de 4%. En definitiva, el período muestra un crecimiento importante dejando de lado la caída en los últimos años— pasando de 465 empresas en 2009 a 815 empresas en 2016, es decir, un crecimiento de aproximadamente el 75% si tomamos en cuenta solamente el inicio y fin del período de estudio.

**Tabla 4**  
**Sector vestimenta: fabricación de prendas de vestir. Empresas dedicadas exclusivamente a esta actividad**

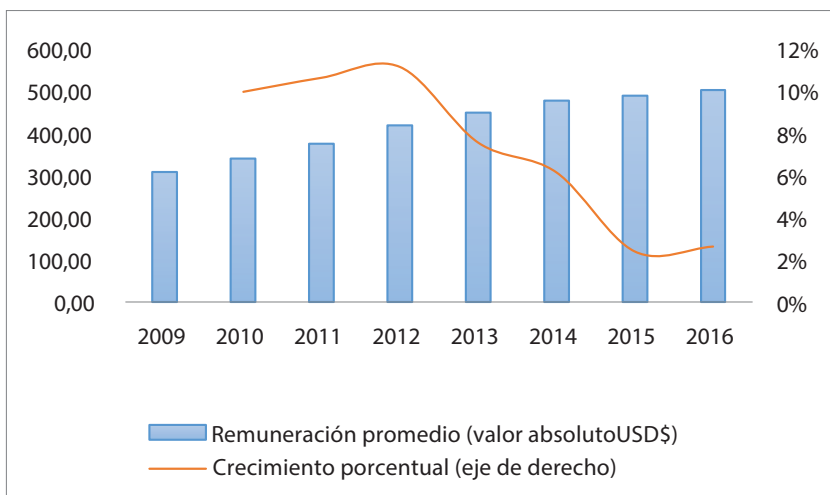
AÑOS	Número de em-presas	Número de emplea-dos	Remuneración promedio (US\$)	Volumen de ven-tas (US\$)
2009	465	13 251	309,21	360 344 232
2010	522	14 904	340,06	430 310 143
2011	655	17 860	376,25	512 946 000
2012	768	19 126	418,22	543 683 643
2013	840	19 227	449,88	609 939 525
2014	889	19 745	477,59	652 583 410
2015	874	18 502	489,13	593 696 030
2016	815	15 702	502,09	497 156 787

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

Este crecimiento del número de empresas, como es de esperarse, vino acompañado de un aumento progresivo del número de empleados: pasó de 13 251 en 2009 a 19 745 en 2014; es decir, un 49%. Sin embargo, como se vio en el caso del número de empresas, la crisis afectó a este sector, provocando una caída en el número de empleados de un 20%, aproximadamente (4 043 entre 2014 y 2016). De hecho, la disminución fue tal que en los últimos tres años del período de estudio la cifra del número de empleados en 2016 es cercana a aquella del 2010.

Empero vale destacar que a nivel de la variable remuneración promedio, las cifras no muestran disminuciones absolutas sino crecimientos progresivos (véase Gráfico 5). Sin embargo, a partir del año 2012 ellos han ido disminuyendo paulatinamente y, a partir del año 2015, se nota una recuperación en la pendiente.



**Gráfico 5: Sector vestimenta: fabricación de prendas de vestir. Remuneración promedio. 2009-2016.**

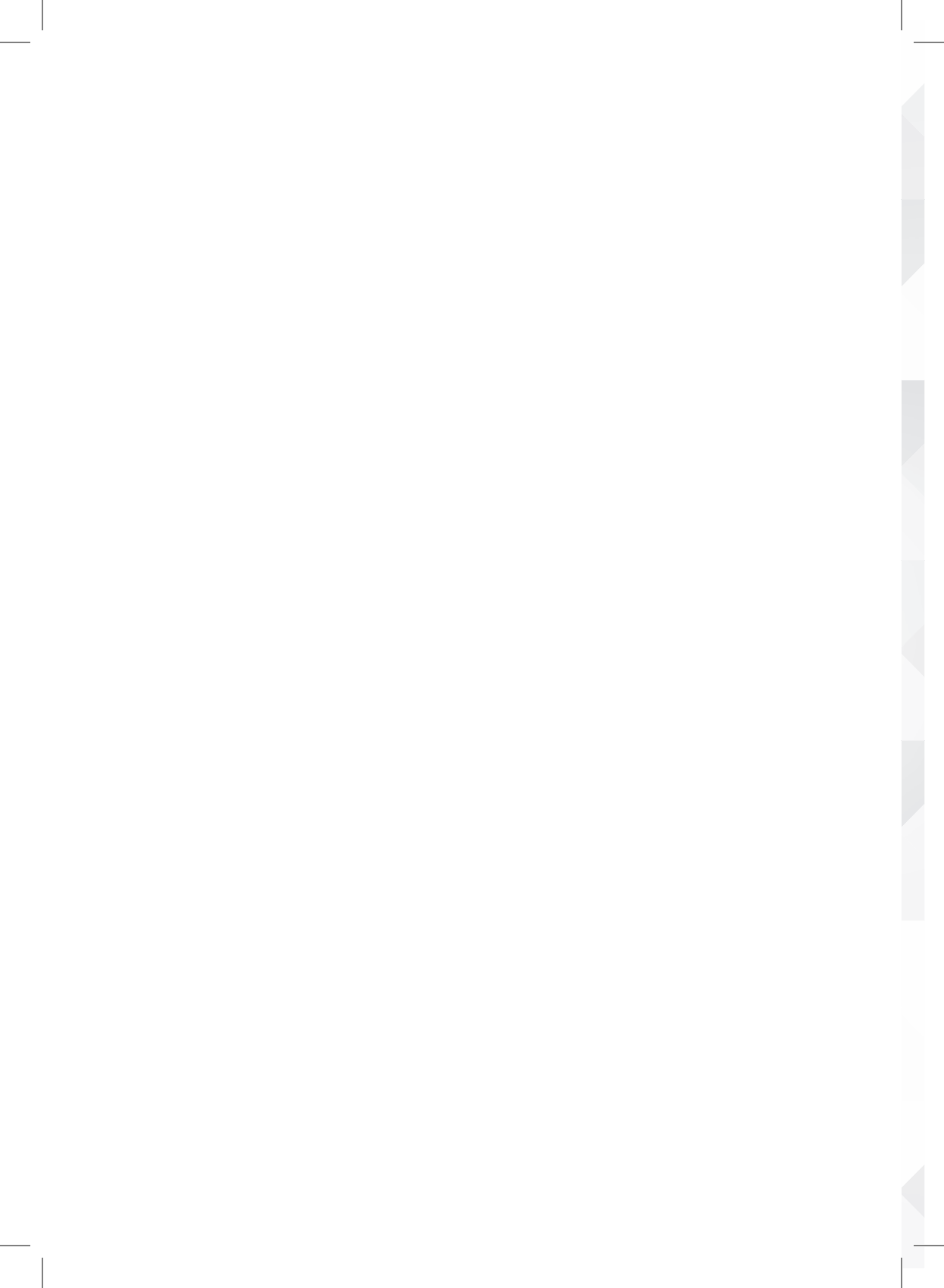
Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

Finalmente, en lo que se refiere al volumen de ventas anuales, su evolución ha sido similar a la del número de empresas y número de empleados; es decir, han tenido incrementos hasta el 2014, pero han disminuido de manera continua hasta el 2016. La baja ha sido tan notable que el volumen de ventas del 2016 se equipara a aquel del 2010.

En síntesis, en esta primera aproximación al panorama de todo el sector vestimenta, debemos destacar el impacto negativo que ha tenido sobre la evolución de las distintas variables descritas aquí, salvo en el caso de la remuneración promedio. En este sentido, hay que aclarar que esta última está sujeta a la política pública salarial, impuesta por los entes de regulación de salarios, lo que ha hecho que no sufra caídas absolutas en todo el período.

Ahora bien, es necesario observar cómo han evolucionado las empresas del sector, clasificándolas por tamaño. Para el presente libro solamente tomaremos en cuenta aquellas ligadas a las categorías de microempresa y pequeña empresa. De hecho, al sumar el número de las mismas podemos dar cuenta que estas representan el 80% del total de empresas del sector, por lo que la importancia de ambas categorías es vital para nuestro estudio.





## **IV. Evolución sectorial de la pequeña empresa**



---

## Alimentos

La tabla 5 indica que en las pequeñas empresas del sector productos alimenticios hubo un aumento del 66% durante los años 2009 y 2016, pasando de 403 a 669 compañías. Sin embargo, en el mismo período el número de empleados tuvo un incremento de apenas 32%, es decir menos de la mitad que el incremento de las nuevas empresas. Asimismo, el porcentaje de acrecentamiento de los empleados también fue inferior que la remuneración promedio y ventas anuales, cuyos incrementos estuvieron en el orden del 63% y del 45%, respectivamente.

Consecuentemente, al tener un porcentaje mayor en el incremento del número de empresas comparado al crecimiento de las ventas anuales, se empeoró la relación de ventas anuales/número de empresas, que en el año 2009 alcanzó alrededor de US\$ 422 mil por empresa promedio; mientras que para el año 2016 se logró apenas un aproximado de US\$ 369 mil. Adicionalmente, la relación ventas anuales/número de empleados por remuneración promedio tuvo una fuerte caída: para el año 2009 de 124,81 veces y para el año 2016 de 84,84, circunstancia que aconteció a pesar de tener un bajo crecimiento de los empleados, pero que estuvo ampliamente soportada por el incremento de los salarios y un modesto crecimiento en las ventas anuales.

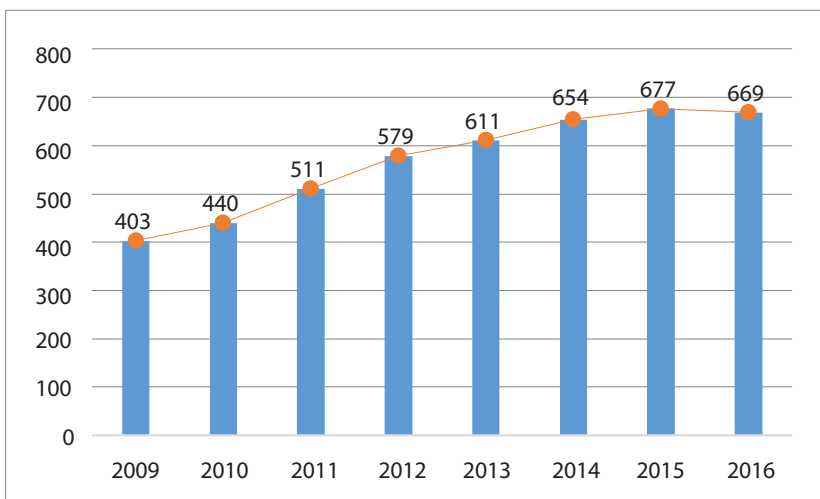
**Tabla 5**  
**Sector alimenticio: fabricación de alimentos por pequeñas empresas dedicadas exclusivamente a esta actividad**

<b>AÑOS</b>	<b>Número de empresas</b>	<b>Número de empleados</b>	<b>Remuneración promedio (USD \$)</b>	<b>Ventas anuales (USD \$)</b>
<b>2009</b>	403	4 793	284,74	170 341 34,00
<b>2010</b>	440	5 142	311,58	182 533 16,00
<b>2011</b>	511	5 583	346,48	208 649 14,00
<b>2012</b>	579	6 264	370,06	222 735 62,00
<b>2013</b>	611	6 152	399,77	221 873 94,00
<b>2014</b>	654	6 592	436,24	241 538 19,00
<b>2015</b>	677	6 513	459,83	254 708 79,00
<b>2016</b>	669	6 288	462,54	246 763 88,00

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

En añadidura, el Gráfico 6 muestra, desde el 2009 hasta el 2015, un crecimiento sostenido de las pequeñas empresas del sector alimenticio, el cual alcanzó un 68%. Pero para el año 2016 tuvo una pequeña disminución de apenas el 1,12%, es decir, de 8 compañías. Al final del período estudiado, el incremento neto fue de 266 empresas.

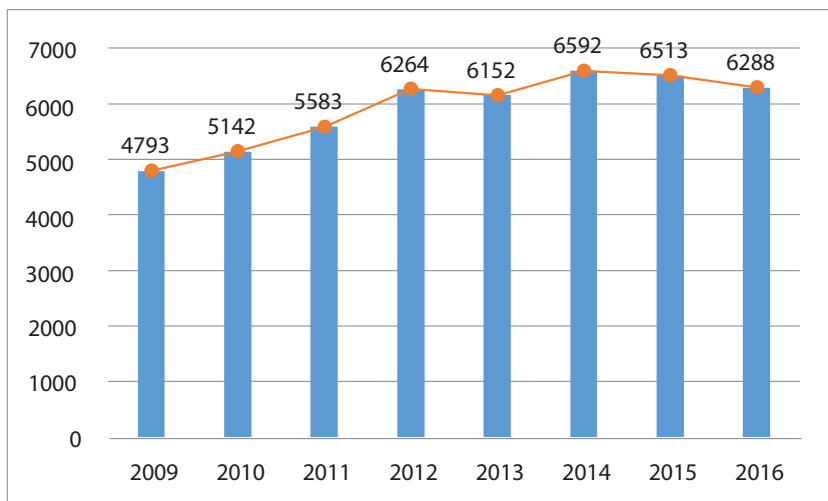


**Gráfico 6: Sector alimenticio: fabricación de alimentos.  
Número total de pequeñas empresas.**

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

El número de empleados de este sector, según el Gráfico 7, evidencia un aumento neto de 1 495 trabajadores, lo cual significó un incremento del 32% desde el año 2009 al 2016. Este crecimiento fue irregular: una primera fase desde el 2009 al 2012, con un aumento del 31%; luego, una segunda fase con una disminución en el 2013, para tener un rebote en el 2014, siendo este último el que contabilizó el mayor número de trabajadores del período analizado con 6 592. A partir de este pico se tiene una tercera etapa con los dos últimos años (2015 y 2016), en los que existió una disminución progresiva de los empleados hasta terminar en 6 288, nivel similar al del año 2012.

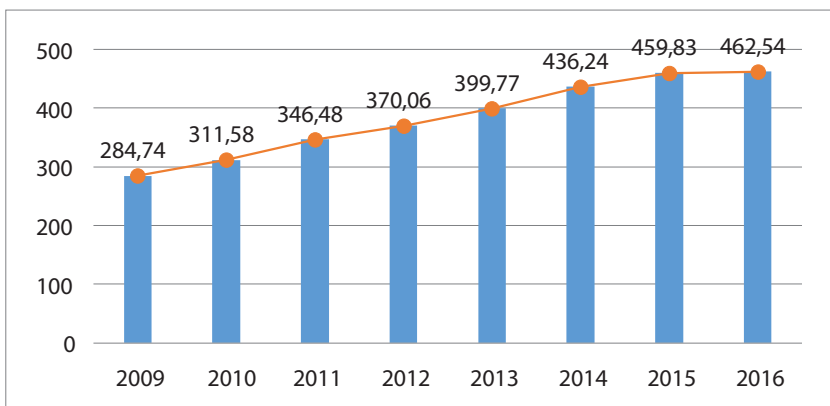


**Gráfico 7: Sector alimenticio: fabricación de alimentos.  
Número total de empleados en las pequeñas empresas.**

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

Avanzando en el tema, en el Gráfico 8 se observa que desde el 2009 hasta el 2016 hubo un incremento del 63% de la remuneración mensual promedio, es decir un aumento neto de US\$ 177,80 mensuales. Mas las pequeñas empresas no lograron compensar ese aumento con las ventas anuales, como sí lo hicieron otros tipos de empresas de este sector, por lo que el acrecentamiento del número de empleados fue inferior al promedio de esta industria.

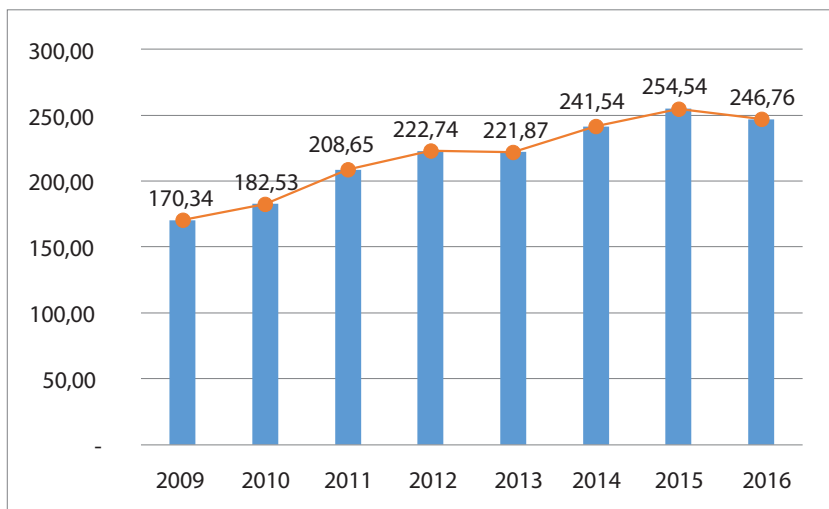


**Gráfico 8: Sector alimenticio: fabricación de alimentos.  
Remuneración mensual promedio de los empleados  
de las pequeñas empresas.**

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

Seguidamente, el Gráfico 9 evidencia un leve incremento del 45% entre los años 2009 y 2014, en cuanto a las ventas anuales expresadas en millones de dólares. Sin embargo, el mencionado aumento no fue constante en todo ese período, evidenciando que en dos años (2013 y 2016) los ingresos por ventas disminuyeron.



**Gráfico 9: Sector alimenticio: Fabricación de alimentos. Ventas anuales de las pequeñas empresas período 2009-2016.**

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

## Vestimenta

En el caso de la pequeña empresa, en lo relacionado a la evolución del sector según el tamaño, tenemos que en el período de estudio el número de empresas representa, aproximadamente, el 64% del total de empresas del sector. Adicionalmente, la evolución de esta variable sigue la tendencia general del sector, es decir, aumenta de manera paulatina hasta 2014 y disminuye en los años 2015 y 2016.

En lo que atañe al número de empleados, la pequeña empresa absorbe, en promedio del período, el 34% del total de trabajadores del sector, siendo la misma tendencia que para el caso de la variable anterior.

De todas formas, la remuneración de las pequeñas empresas es significativamente menor que la remuneración promedio del sector. En efecto, en promedio los trabajadores de la pequeña empresa ganan un 20% menos que los trabajadores del sector en su conjunto. Esto podría deberse a diferencias de productividad.

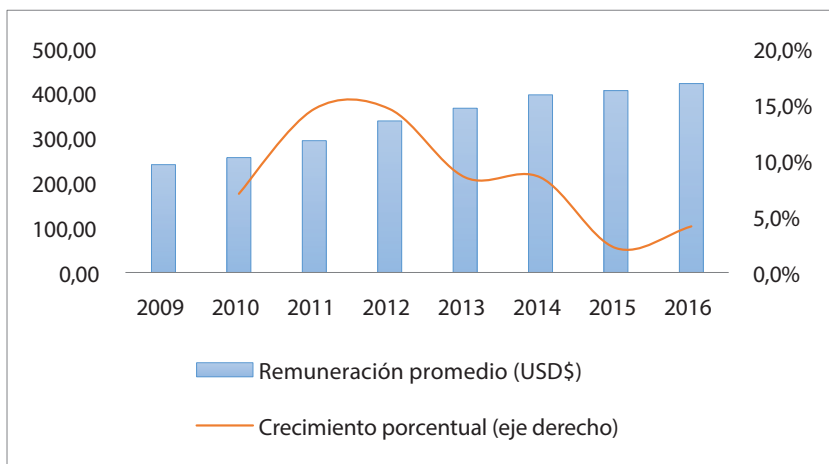
**Tabla 6**  
**Sector vestimenta, pequeña empresa: fabricación de prendas de vestir.**  
**Empresas dedicadas exclusivamente a esta actividad.**

AÑOS	Número de empresas	Número de empleados	Remuneración promedio (US\$)	Volumen de ventas (US\$)
2009	298	4 387	240,28	103 836 981
2010	337	5 067	257,11	120 790 406
2011	411	5 848	294,57	141 073 704
2012	485	6 389	337,46	158 855 990
2013	540	6 440	366,04	186 897 557
2014	584	6 555	397,01	204 589 595
2015	574	6 475	405,58	199 512 661
2016	517	5 631	422,20	170 653 960

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

La variable “volumen de ventas” representa un 30%, en promedio, del volumen total del sector, siguiendo la misma tendencia que las variables anteriores, es decir, aumentando entre 2009 y 2014 y disminuyendo en 2015 y 2016, aunque la caída, en este caso, no es tan pronunciada (14%, aproximadamente).



**Gráfico 10: Sector vestimenta, pequeña empresa. Fabricación de prendas de vestir. Remuneración promedio 2009-2016.**

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

Como podemos ver en el Gráfico 10, la evolución de la remuneración en la pequeña empresa ha seguido la tendencia del sector en su conjunto. En valor absoluto, se ve un aumento permanente de la remuneración promedio, pero la caída de la tasa de crecimiento es más notoria en comparación al caso del conjunto del sector –pendiente más negativa–.



## **V. Evolución sectorial de la microempresa**



---

## **Alimentos**

El sector de productos alimenticios, en la tabla 7, evidencia un aumento de casi el doble (96%) de las microempresas durante los años 2009 y 2016, pasando de 136 a 266 compañías. Sin embargo, en el mismo período para el resto de las variables, a pesar de tener importantes crecimientos, no se evidencia tal porcentaje de aumento. Así, tenemos una elevación del 61% con respecto al número de empleados, 76% en la remuneración mensual promedio y el 65% en las ventas anuales.

En consecuencia, tal incremento inusual de microempresas declinó el resultado de la relación ventas anuales/número de empresas, que en el año 2009 alcanzó US\$ 49 mil por empresa promedio; mientras que para el año 2016 obtuvo solamente US\$ 41 mil. También disminuyó el resultado de la relación ventas anuales/número de empleados por remuneración promedio, que para el año 2009 fue de 58,48 veces, mientras que para el año 2016 fue solo de 34,09, lo que indica que, en general, este tipo de empresas empeoraron en la parte económica.

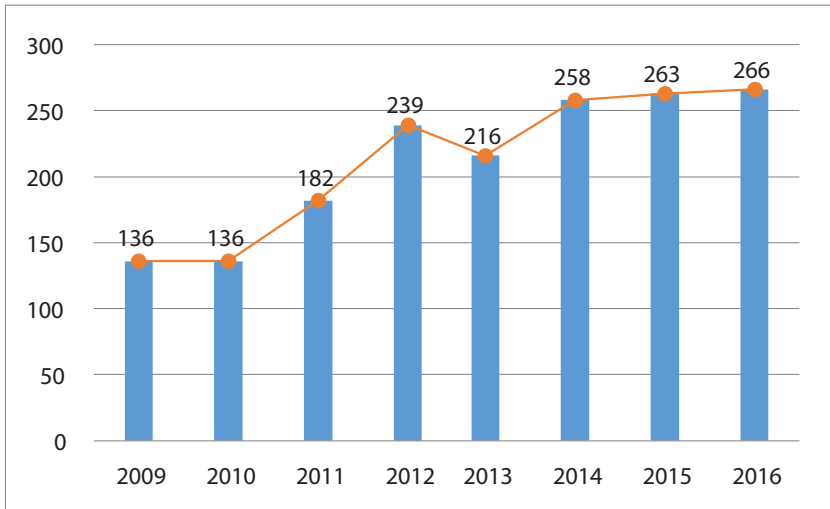
**Tabla 7**  
**Sector alimenticio: fabricación de alimentos por las microempresas dedicadas exclusivamente a esta actividad.**

<b>AÑOS</b>	<b>Número de empresas</b>	<b>Número de empleados</b>	<b>Remuneración promedio (US\$)</b>	<b>Ventas anuales (US\$)</b>
<b>2009</b>	136	516	221,75	6 691 726,00
<b>2010</b>	136	649	215,93	6 725 021,00
<b>2011</b>	182	759	268,75	8 682 036,00
<b>2012</b>	239	913	297,87	11 894 835,00
<b>2013</b>	216	952	348,45	10 782 092,00
<b>2014</b>	258	963	329,32	12 409 775,00
<b>2015</b>	263	863	360,28	11 365 078,00
<b>2016</b>	266	829	389,69	11 015 763,00

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

El Gráfico 11 muestra, desde el año 2010 hasta el año 2012, un importante impulso en el crecimiento de las microempresas del sector alimenticio, alcanzando el 68%. Sin embargo, para el año 2013 tuvo una disminución del 18%, aunque posteriormente se observa un incremento del 19% para el año 2014, y de alrededor del 2% para los años 2015 y 2016.

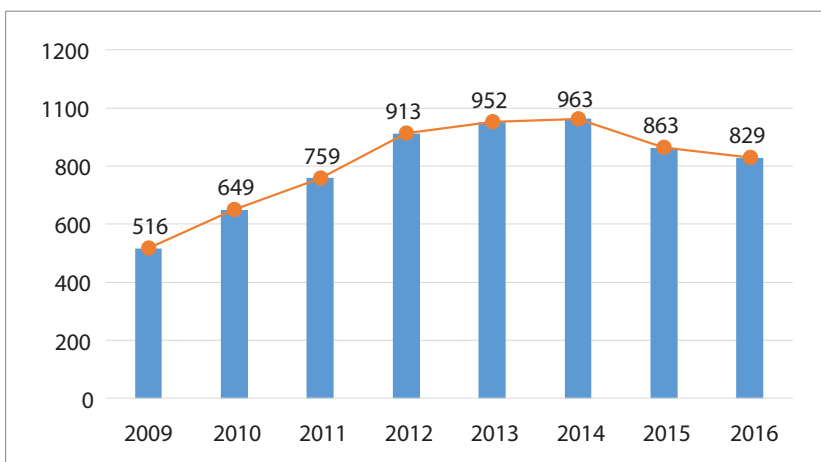


**Gráfico 11: Sector alimenticio: fabricación de alimentos. Número total de pequeñas empresas.**

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

En lo relativo al número de empleados de este sector, según el Gráfico 12, se evidencia un aumento neto de 313 trabajadores, lo que significó un incremento del 61% desde el año 2009 al 2016. Sin embargo, solo hasta el 2014 tuvo un alto crecimiento de empleados (87%) y, posteriormente, en los años 2015 y 2016 se observa un declive que llegó al 14%, un evidente contraste si se observa el crecimiento de las microempresas de los dos últimos años analizados anteriormente.

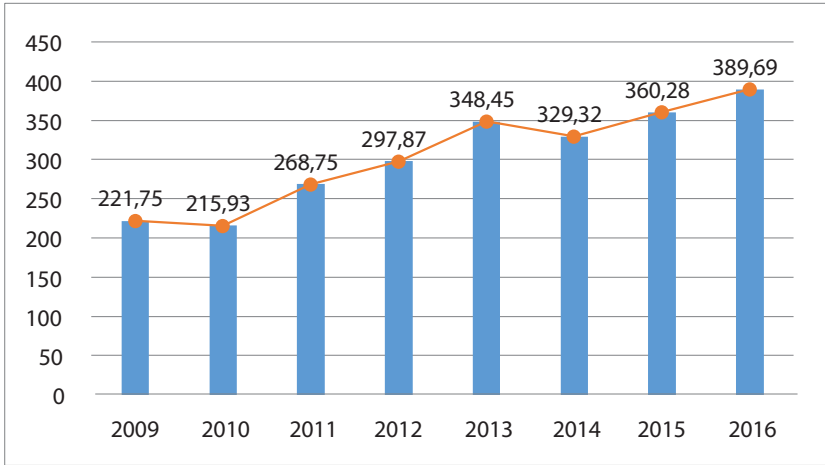


**Gráfico 12: Sector alimenticio: fabricación de alimentos. Número total de empleados en las microempresas.**

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

La remuneración mensual promedio, en el Gráfico 13, muestra un incremento del 76% desde el año 2009 hasta el año 2016, es decir un aumento neto de US\$ 167,94 mensuales en promedio. Sin embargo, al igual que las pequeñas empresas y la industria de alimentos en general, las microempresas no lograron compensar ese aumento de los salarios con los ingresos de las ventas anuales, por lo que el acrecentamiento del número de empleados fue inferior a la media aritmética de esta industria.

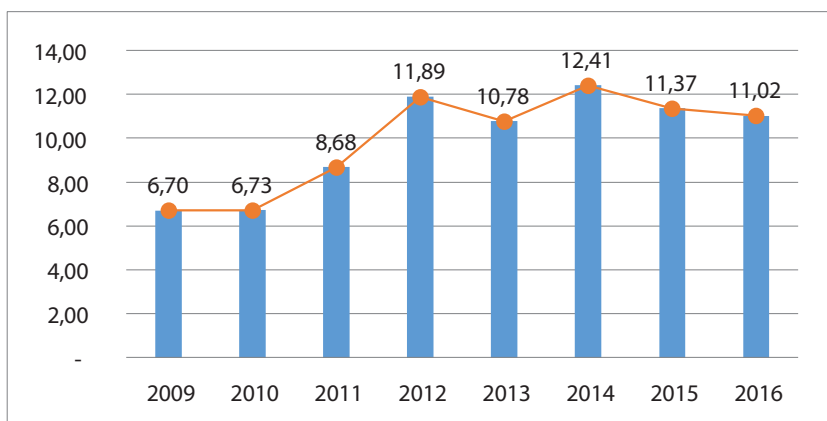


**Gráfico 13: Sector alimenticio: fabricación de alimentos. Remuneración mensual promedio de los empleados de las microempresas.**

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

Por último, en el sector microempresarial de los alimentos, el Gráfico 14 evidencia un crecimiento irregular con dos años pico: el primero del año 2012, en el que se alcanzó un incremento del 77%, y el segundo del año 2014, que concretó un 85%, si tomamos como año base al 2009 para ambos años. Adicionalmente, en el 2015 y 2016 se observa una tendencia negativa de crecimiento, por lo que al final del período estudiado el aumento quedó en apenas el 65%.



**Gráfico 14: Sector alimenticio: fabricación de alimentos. Ventas anuales de las microempresas.**

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

## Vestimenta

En el caso de la microempresa del sector vestimenta, la evolución de las variables en estudio es la misma que la del sector en su conjunto. La única diferencia con el caso de la pequeña empresa es que su representatividad, en cada una de las categorías estudiadas, es mucho menor. En efecto, al referirnos al volumen de ventas estas representan, en promedio del período, 1,5 % aproximadamente (ver tabla 8, en valores absolutos).

En la representatividad a nivel del número de empresas, el porcentaje de microempresas en el sector oscila dentro del 20%, es decir, 2 de cada 10 empresas del sector son consideradas microempresas. Lo mismo sucede con la representatividad a nivel de trabajadores, puesto que las microempresas absorben, en promedio, el 4% de empleados de todo el sector.

**Tabla 8**  
**Sector vestimenta: fabricación de prendas de vestir. Empresas dedicadas exclusivamente a esta actividad.**

AÑOS	Número de em-presas	Número de emplea-dos	Remuneración promedio (US\$)	Volumen de ventas (US\$)
2009	99	571	200,42	5 303 649
2010	105	507	236,19	5 110 638
2011	145	681	253,66	7 402 713
2012	178	847	272,01	8 148 878
2013	183	711	310,83	9 415 310
2014	182	661	315,77	8 451 254
2015	189	803	311,34	8 768 226
2016	204	713	351,66	9 569 673

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

Asimismo, como hemos visto en los análisis anteriores, tanto el número de empresas como el número de empleados ve un incremento progresivo a lo largo del período, seguido de un quiebre –caída–abrupto. La diferencia con los casos anteriores es que, en lo que atañe al número de empresas, su evolución no sufre caídas abruptas: solamente entre los años 2013 y 2014 se nota la disminución –la diferencia es solamente de 1 empresa entre ambos años–, pero la misma es poco significativa. Como hipótesis podemos plantear que esto podría deberse al hecho de la caída del crecimiento económico, el cual provocó que en lugar de que las empresas de tamaños superiores –pequeña y mediana empresa– decidan cerrar, redujeron su personal y se transformaron en microempresas. De hecho, un fenómeno similar sucede en la variable relacionada con el número de trabajadores: aumenta de manera progresiva hasta el año 2012, disminuye entre

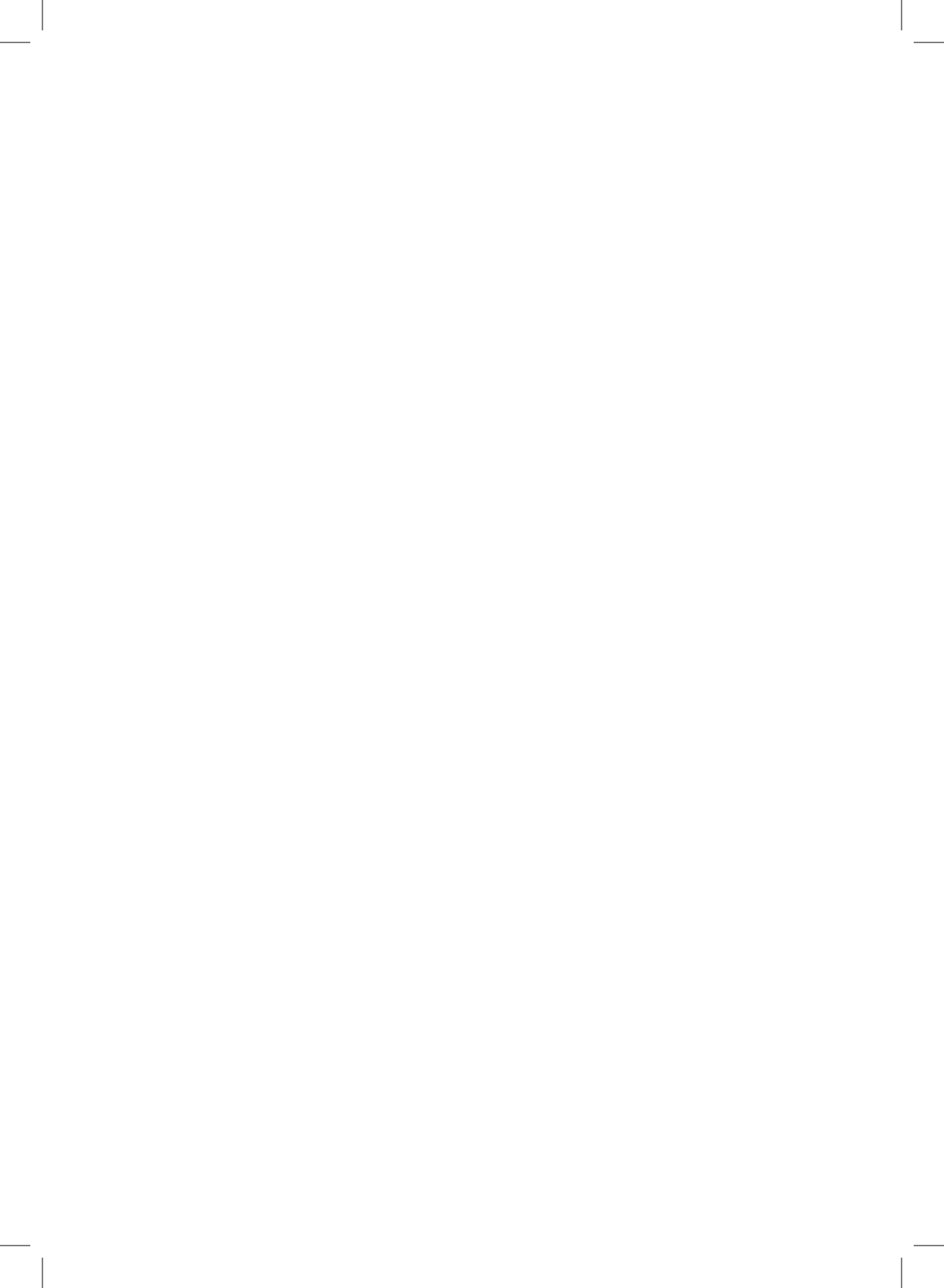
los años 2013 y 2014, se recupera en el 2015 y cae nuevamente en el 2016.

Esta tendencia en particular (la cual se aleja de lo sucedido en el sector en su conjunto), hace necesario analizar, de manera más específica, el comportamiento de las microempresas del sector vestimenta.

Sobre la remuneración promedio, nuevamente, solo esta categoría muestra una disminución en el año 2015. Al respecto se puede plantear una nueva hipótesis: en el caso de las microempresas del sector vestimenta, la política pública de aumentos salariales progresivos no es el único elemento que explica la remuneración promedio, mas es posible que la misma obedezca también a la productividad de cada microempresa.



## **VI. Evolución sectorial de la mediana empresa**



---

## **Alimentos**

En el sector de productos alimenticios, la tabla 9 evidencia un aumento del 25% de las medianas empresas durante los años 2009 y 2016, pasando de 214 a 268 compañías. Sin embargo, las ventas anuales se ubicaron por debajo de este porcentaje (21%), y se registró un leve incremento en la contratación de nuevos empleados con el 16%. El aumento de la remuneración promedio con el 47%, es la variable con el mayor incremento que tuvieron este tipo de empresas.

En vista de lo anterior, hubo una pequeña declinación en la relación ventas anuales/número de empresas, debido al aumento de empresas con relación a sus ventas. De este modo, en el año 2009 alcanzó US\$ 2,39 millones de ventas anuales por empresa promedio, mientras que para el 2016 obtuvo solamente US\$ 2,30 millones. Por otro lado, debido a la menor contratación de personal, el resultado de la relación ventas anuales/número de empleados aumentó: para el año 2009 fue de 64,75 veces y para el año 2016 de 67,69, lo que indica una mayor generación de ventas por cada empleado en la mediana industria.

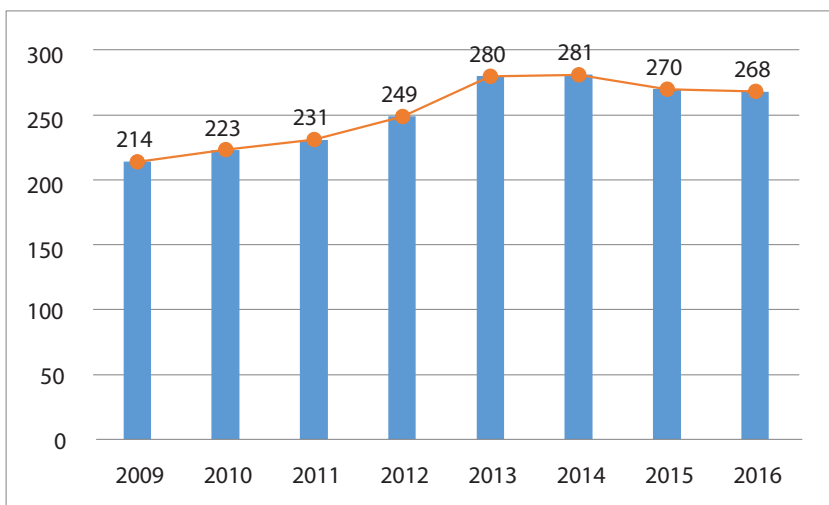
**Tabla 9**  
**Sector alimenticio: fabricación de alimentos por las medianas empresas dedicadas exclusivamente a esta actividad.**

<b>AÑOS</b>	<b>Número de em-presas</b>	<b>Número de em-pleados</b>	<b>Remunera-ción prome-dio (US\$)</b>	<b>Ventas anuales (En millones US\$)</b>
<b>2009</b>	214	7 889	398,57	510,82
<b>2010</b>	223	8 541	389,78	534,27
<b>2011</b>	231	9 321	424,28	531,41
<b>2012</b>	249	8 918	463,12	575,05
<b>2013</b>	280	9 469	512,56	648,98
<b>2014</b>	281	9 637	533,44	650,99
<b>2015</b>	270	9 160	567,68	624,59
<b>2016</b>	268	9 126	585,59	617,63

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

A continuación, el Gráfico 15 muestra que, desde el 2009 hasta el 2013, hubo un crecimiento sostenido de las medianas empresas del sector alimenticio, alcanzado el 31%. Pero, en los siguientes años hasta el año 2016, se muestra lo contrario: un decrecimiento sostenido del 6%, con lo cual cerraron 12 compañías.

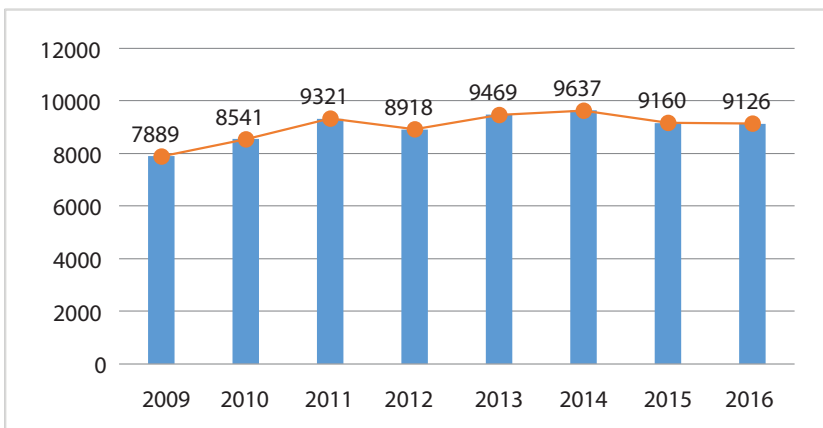


**Gráfico 15: Sector alimenticio: fabricación de alimentos. Ventas anuales de las microempresas.**

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

En lo relativo al número de empleados de este sector, según el Gráfico 16 muestra un aumento neto de 1 237 empleos hasta el año 2016. Pese a esto, la variación de empleados contratados no ha sido constante, teniendo un primer período de incrementos del año 2009 al 2011, y un segundo ciclo del año 2012 al 2014. Este último registró el mayor número de empleados contratados en la mediana industria del sector alimenticio, y, a partir del mismo, hubo dos decrecimientos consecutivos de esta variable (años 2015 y 2016).

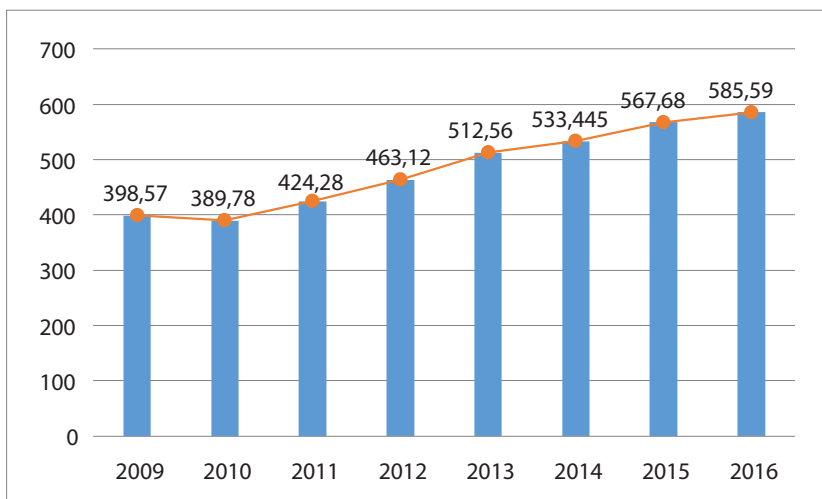


**Gráfico 16: Sector alimenticio: fabricación de alimentos. Número total de empleados en las medianas empresas.**

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

En contraste a la variabilidad en la contratación de empleados, se observa en el Gráfico 17 que la remuneración mensual promedio solamente ha tenido una pendiente positiva en cuanto al aumento de la remuneración promedio por trabajador desde el año 2010, lo que significó un incremento neto de US\$ 195,81 en promedio por empleado, un 47% en ese período.

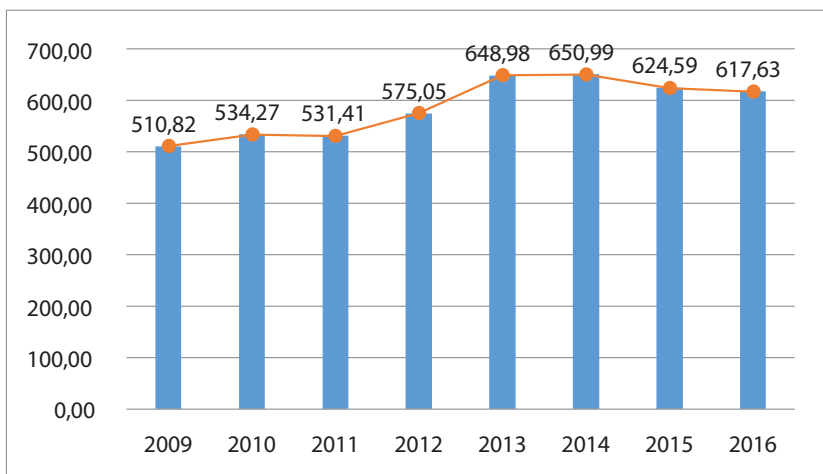


**Gráfico 17: Sector alimenticio: fabricación de alimentos. Remuneración mensual promedio de los empleados de las medianas empresas.**

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

Para finalizar, de acuerdo con el Gráfico 18, en el período analizado las medianas empresas del sector alimenticio registran un incremento de las ventas anuales, no obstante, esto no ha sido continuo y en los dos últimos años refleja un deterioro de sus ventas, lo cual es congruente con la desaparición de empresas y la disminución en el número de empleados de las medianas empresas en el sector alimenticio.



**Gráfico 18: Sector alimenticio: fabricación de alimentos. Ventas anuales de las medianas empresas.**

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

## Vestimenta

Sobre la mediana empresa, vemos una evolución positiva y en crecimiento hasta el año 2014, dado que el número de empresas aumenta (58 empresas en el 2009 a 108 empresas en el 2014), es decir, un crecimiento aproximado de 90%. Pero en ese año el impacto de la crisis provoca una caída en el número de empresas del sector, pasando de 108 en 2014, tal como se había mencionado, a 82 en el 2016, es decir una reducción del 25%, aproximadamente.

La evolución del número de empleados continúa en la misma línea que la del número de empresas, es decir, un crecimiento progresivo entre los años 2009 y 2014, seguido de un decrecimiento constante

en los años 2015 y 2016. En efecto, el número de empresas entre el 2014 y el 2016 pasa de 6 701 a 5 217, equivalente al 22% de caída.

La remuneración promedio, tal como se había visto para el resto de los casos, siempre ha estado en aumento: la mediana empresa en este sector sigue la evolución de lo sucedido con el resto de las empresas.

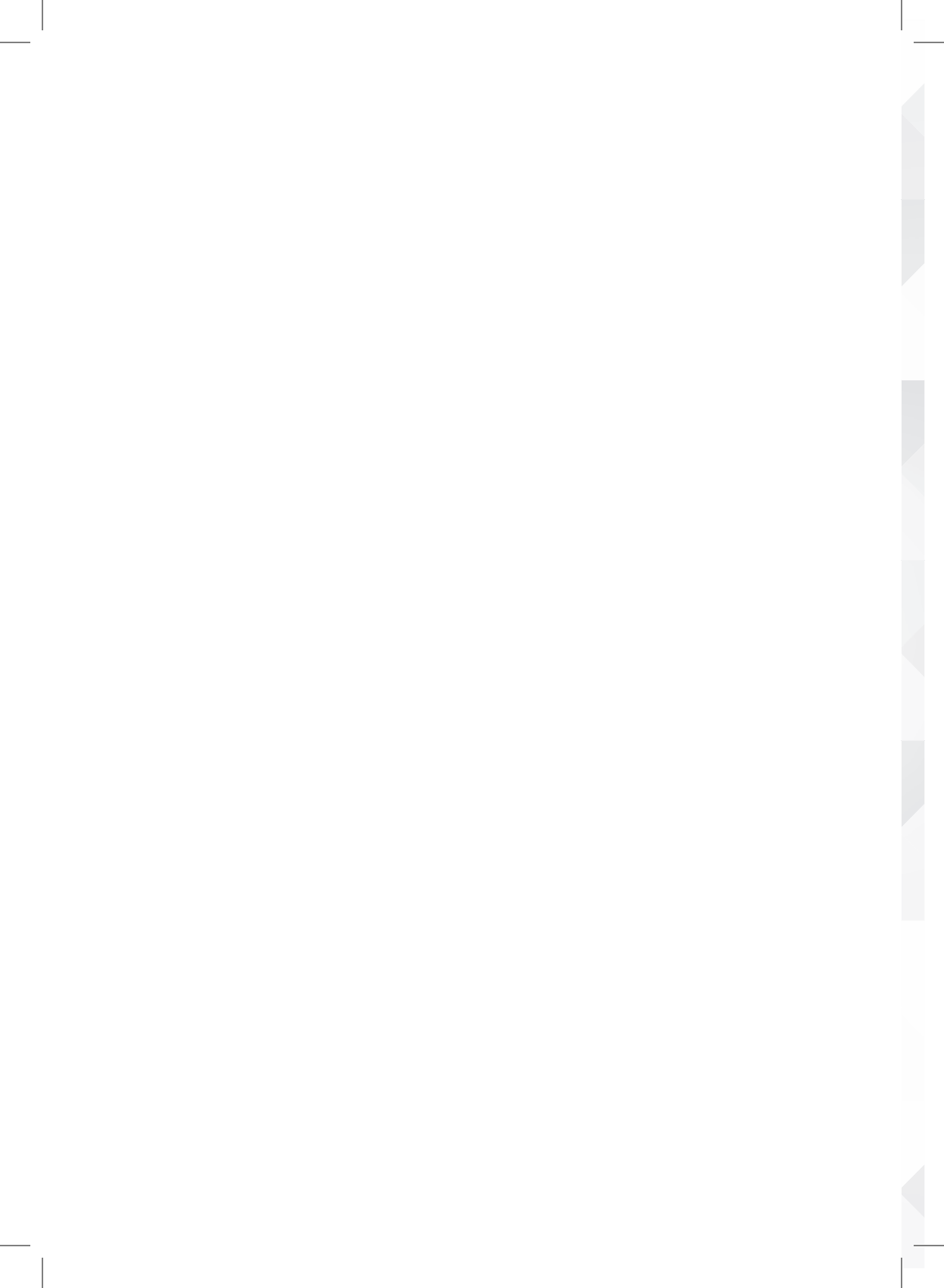
**Tabla 10**  
**Sector vestimenta: mediana empresa tipo A y tipo B. Fabricación de prendas de vestir. Empresas dedicadas exclusivamente a esta actividad**

<b>AÑOS</b>	<b>Número de em-presas</b>	<b>Número de em-pleados</b>	<b>Remunera-ción prome-dio (US\$)</b>	<b>Volumen de ventas (US\$)</b>
<b>2009</b>	58	4 207	397,07	115 355 696
<b>2010</b>	66	4 669	442,43	136 128 633
<b>2011</b>	85	5 563	481,20	176 271 731
<b>2012</b>	91	5 981	530,87	184 843 038
<b>2013</b>	101	6 225	551,57	208 602 123
<b>2014</b>	108	6 701	577,66	230 095 012
<b>2015</b>	96	5 856	587,56	197 429 134
<b>2016</b>	82	5 217	588,22	168 937 551

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

Asimismo, el volumen de ventas sigue la misma lógica que las variables relacionadas con el número de empleados y el número de empresas. De hecho, el crecimiento que presenta entre el año 2009 y 2014 es del 100%. A partir del año 2014, vemos una caída importante en el volumen de ventas, aproximadamente el 26%.





**VII. Comparativo de las  
MIPYMES en los sectores de  
vestimenta y alimentos**



---

## **Alimentos**

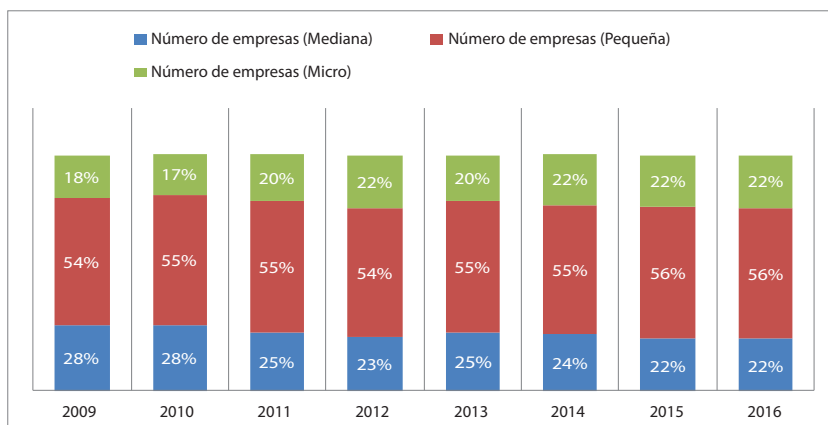
La Tabla 11 y el Gráfico 19 evidencian una clara disminución en la participación del número de empresas medianas dentro del grupo de las MIPYMES (en el 2009 con el 28% hasta llegar al 2016 con el 22%), circunstancia que es opuesta al crecimiento de las microempresas, las cuales pasaron del 18% al 22% en el mismo período. Para las pequeñas empresas, el cambio en su participación tuvo una pequeña variación que inició en el 54% y terminó en el 56%.

**Tabla 11**  
**Comparativo MIPYMES en el número de empresas.**  
**Sector alimenticio.**

<b>AÑOS</b>	<b>Número de empresas (Mediana)</b>	<b>Número de empresas (Pequeña)</b>	<b>Número de empresas (Micro)</b>
<b>2009</b>	214	403	136
<b>2010</b>	223	440	136
<b>2011</b>	231	511	182
<b>2012</b>	249	579	239
<b>2013</b>	280	611	216
<b>2014</b>	281	654	258
<b>2015</b>	270	677	263
<b>2016</b>	268	669	266

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC



**Gráfico 19: Comparativo MIPYMES en el número de empresas. Sector alimenticio.**

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

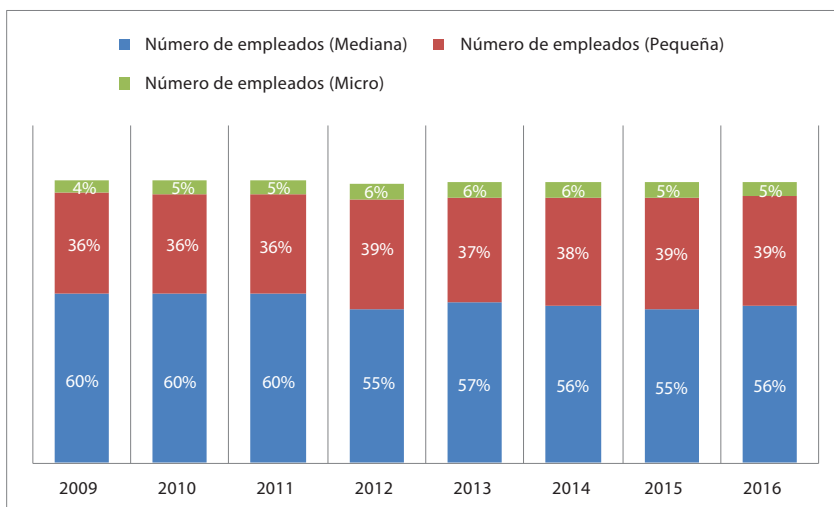
Con relación al número de empleados en el período 2009 y 2016, la Tabla 12 y Gráfico 20 muestran que, por un lado, a pesar de ese gran crecimiento de las microempresas, su aporte en la participación en el número de empleados apenas aumentó un 1% (del 4% al 5%). Por otro lado, la participación de las medianas redujo su porcentaje en 4% (del 60% al 56%), lo que es congruente con la disminución en su aportación a las MIPYMES. Debemos destacar en este punto la mejora en la contribución de las pequeñas empresas, del 36% al 39%.

**Tabla 12**  
**Comparativo MIPYMES en el número de empleados.**  
**Sector alimenticio.**

<b>AÑOS</b>	<b>Número de empleados (Mediana)</b>	<b>Número de empleados (Pequeña)</b>	<b>Número de empleados (Micro)</b>
<b>2009</b>	7 889	4 793	516
<b>2010</b>	8 541	5 142	649
<b>2011</b>	9 321	5 583	759
<b>2012</b>	8 918	6 264	913
<b>2013</b>	9 469	6 152	952
<b>2014</b>	9 637	6 592	963
<b>2015</b>	9 160	6 513	863
<b>2016</b>	9 126	6 288	829

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC



**Gráfico 20: Comparativo MIPYMES en el número de empleados. Sector alimenticio.**

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

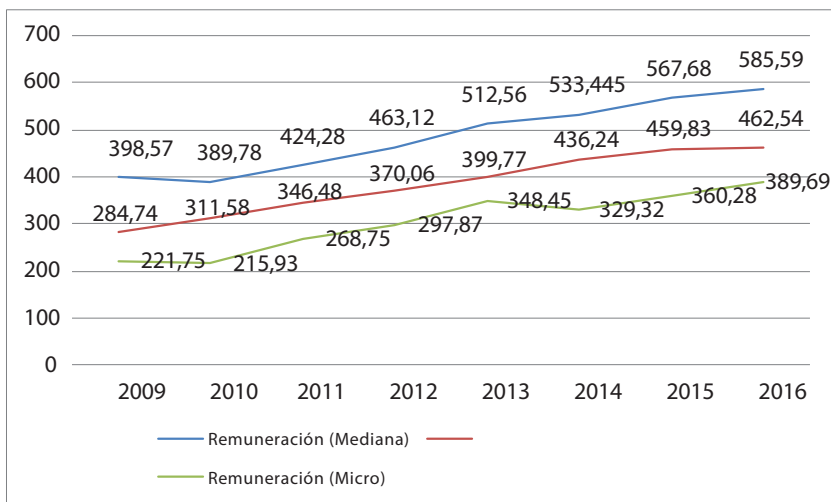
En cuanto a la remuneración promedio mensual de los empleados en las MIPYMES, en la tabla 13 y en el gráfico 21 se confirma la siguiente relación positiva: “entre más grande la empresa mayor la remuneración a sus empleados”. Sin embargo, esas diferencias han ido disminuyendo: en el año 2009, las empresas medianas otorgaban a sus empleados 1,80 veces la remuneración recibida de las microempresas y 1,40 veces de las pequeñas. Pero para el año 2016 las empresas medianas disminuyeron esa relación a 1,50 veces comparada a las microempresas, y 1,27 veces a las pequeñas.

**Tabla 13**  
**Comparativo MIPYMES en la remuneración. Sector alimenticio.**

<b>AÑOS</b>	<b>Remunera- ción (Media- na)</b>	<b>Remunera- ción (Peque- ña)</b>	<b>Remunera- ción (Micro)</b>
<b>2009</b>	398,57	284,74	221,75
<b>2010</b>	389,78	311,58	215,93
<b>2011</b>	424,28	346,48	268,75
<b>2012</b>	463,12	370,06	297,87
<b>2013</b>	512,56	399,77	348,45
<b>2014</b>	533,45	436,24	329,32
<b>2015</b>	567,68	459,83	360,28
<b>2016</b>	585,59	462,54	389,69

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC



**Gráfico 21: Comparativo MIPYMES en la remuneración. Sector alimenticio.**

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

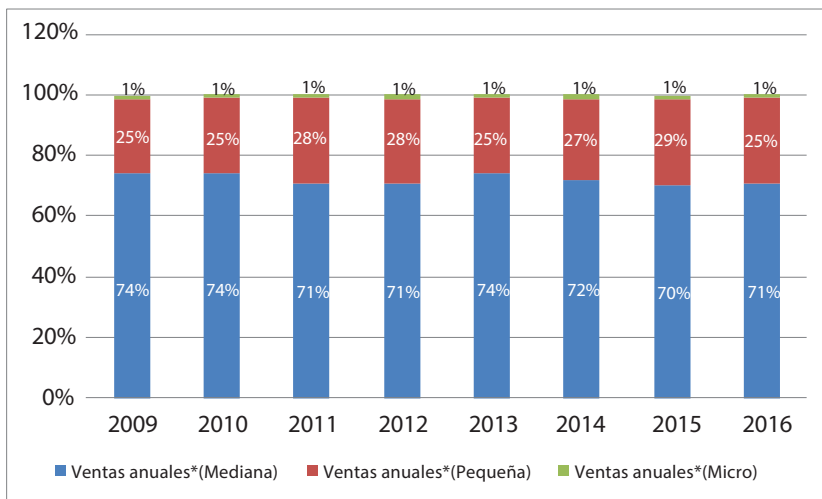
La Tabla 14 y el Gráfico 22 muestran que las microempresas tienen un mínimo aporte (alrededor del 1%), mientras que las empresas pequeñas consiguen una mayor participación en las ventas anuales entre las MIPYMES (del 25% al 28%). Además, la Tabla y el Gráfico mencionados evidencian el descenso en su contribución de las medianas empresas (del 74% al 71%), situación que es congruente con la disminución que ha tenido este tipo de compañías en todas las variables analizadas en este estudio.

**Tabla 14**  
**Comparativo MIPYMES en las ventas anuales. Sector alimenticio.**

<b>AÑOS</b>	<b>Ventas anuales* (Mediana)</b>	<b>Ventas anuales* (Pequeña)</b>	<b>Ventas anuales* (Micro)</b>
<b>2009</b>	510,82	170,34	6,70
<b>2010</b>	534,27	182,53	6,73
<b>2011</b>	531,41	208,65	8,68
<b>2012</b>	575,05	222,74	11,89
<b>2013</b>	648,98	221,87	10,78
<b>2014</b>	650,99	241,54	12,41
<b>2015</b>	624,59	254,71	11,37
<b>2016</b>	617,63	246,76	11,02

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC



**Gráfico 22: Comparativo MIPYMES en las ventas anuales. Sector alimenticio.**

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

## Vestimenta

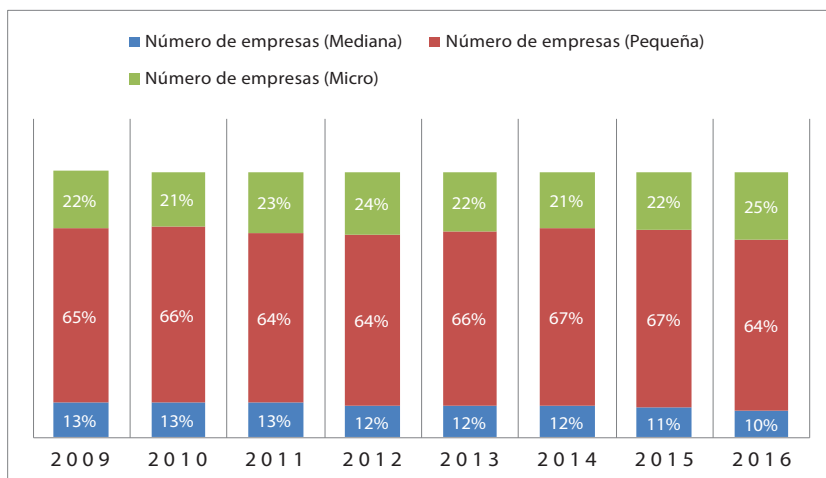
La Tabla 15 y el Gráfico 23 evidencian cierta estabilidad en cuanto a la participación de los tres tipos de empresas en las MIPYMES. Las empresas pequeñas disminuyeron solamente un 1%, las medianas un 3% y las micro fueron las que absorbieron esas leves disminuciones aumentando su cuota de contribución en el 2016, entre el 3% y 4%.

**Tabla 15**  
**Comparativo MIPYMES en el número de empresas.**  
**Sector vestimenta.**

<b>AÑOS</b>	<b>Número de empresas (Mediana)</b>	<b>Número de empresas (Pequeña)</b>	<b>Número de empresas (Micro)</b>
<b>2009</b>	58	298	99
<b>2010</b>	66	337	105
<b>2011</b>	85	411	145
<b>2012</b>	91	485	178
<b>2013</b>	101	540	183
<b>2014</b>	108	584	182
<b>2015</b>	96	574	189
<b>2016</b>	82	517	204

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC



**Gráfico 23: Comparativo MIPYMES en el número de empresas. Sector vestimenta.**

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

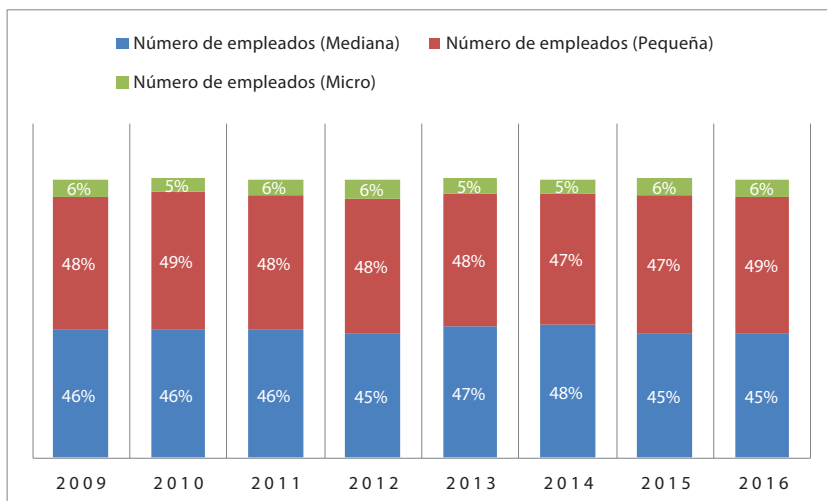
Con relación al número de empleados, en el período 2009-2016, la tabla 16 y el Gráfico 24 muestran que las empresas medianas disminuyeron en 1% su participación (del 46% al 45%), situación que fue compensada por las empresas pequeñas con un aumento del 48% al 49%. En las microempresas no hubo cambios significativos en su contribución, manteniéndose en el 6% durante todos los años analizados.

**Tabla 16**  
**Comparativo MIPYMES en el número de empleados.**  
**Sector vestimenta.**

<b>AÑOS</b>	<b>Número de empleados (Mediana)</b>	<b>Número de empleados (Pequeña)</b>	<b>Número de empleados (Micro)</b>
<b>2009</b>	4 207	4 387	571
<b>2010</b>	4 669	5 067	507
<b>2011</b>	5 563	5 848	681
<b>2012</b>	5 981	6 389	847
<b>2013</b>	6 225	6 440	711
<b>2014</b>	6 701	6 555	661
<b>2015</b>	5 856	6 475	803
<b>2016</b>	5 217	5 631	713

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC



**Gráfico 24: Comparativo MIPYMES en el número de empleados. Sector vestimenta.**

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

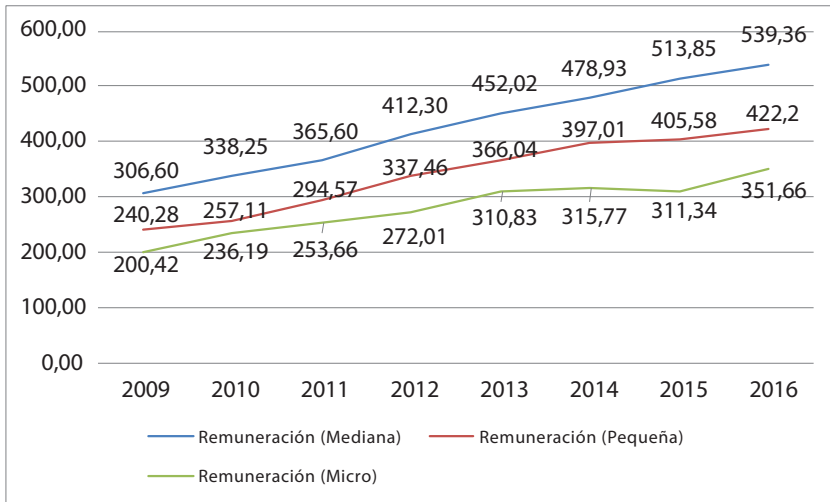
En la remuneración promedio mensual de los empleados en las MIPYMES se evidencia, claramente, en la tabla 17 y el Gráfico 25, que el sector vestimenta mantiene la misma relación positiva que el sector alimenticio: “entre más grande la empresa mayor la remuneración a sus empleados”. Adicionalmente, al contrario del sector alimenticio, este sector no ha ido disminuyendo esas diferencias. Así, en el año 2009, las empresas medianas otorgaban a sus empleados 1,53 veces la remuneración recibida por las microempresas, y 1,28 veces de las pequeñas. Los mismos porcentajes de relación son apreciados para el año 2016.

**Tabla 17**  
**Comparativo MIPYMES en la remuneración.**  
**Sector vestimenta.**

<b>AÑOS</b>	<b>Remuneración (Mediana)</b>	<b>Remuneración (Pequeña)</b>	<b>Remuneración (Micro)</b>
<b>2009</b>	306,60	240,28	200,42
<b>2010</b>	338,25	257,11	236,19
<b>2011</b>	365,60	294,57	253,66
<b>2012</b>	412,30	337,46	272,01
<b>2013</b>	452,02	366,04	310,83
<b>2014</b>	478,93	397,01	315,77
<b>2015</b>	513,85	405,58	311,34
<b>2016</b>	539,36	422,2	351,66

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC



**Gráfico 25: Comparativo MIPYMES en la remuneración. Sector vestimenta.**

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC

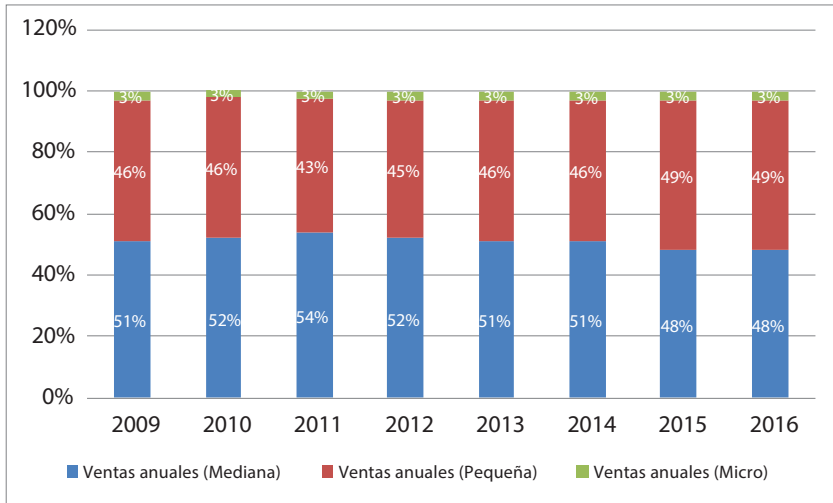
La tabla 18 y el Gráfico 26 muestran que las MIPYMES del sector vestimenta se mantienen estables en su participación en las ventas anuales: un leve incremento de las pequeñas empresas (del 46% al 49%), un ligero descenso para las medianas (del 51% al 48%), y las micro se mantienen en el 3%, durante todo el período 2009-2016.

**Tabla 18**  
**Comparativo MIPYMES en las ventas anuales.**  
**Sector vestimenta.**

<b>AÑOS</b>	<b>Ventas anuales* (Mediana)</b>	<b>Ventas anuales* (Pequeña)</b>	<b>Ventas anuales* (Micro)</b>
<b>2009</b>	115,35	103,84	6,69
<b>2010</b>	136,13	120,79	6,73
<b>2011</b>	176,21	141,07	8,68
<b>2012</b>	184,84	158,86	11,89
<b>2013</b>	208,60	186,90	10,78
<b>2014</b>	230,09	204,59	12,41
<b>2015</b>	197,43	199,51	11,37
<b>2016</b>	168,93	170,65	11,02

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC



**Gráfico 26: Comparativo MIPYMES en las ventas anuales.  
Sector vestimenta.**

Elaborado por: Autores

Fuente: INEC





## **VIII. Conclusiones**



- 
- El sector de alimentos representa un importante rubro en el aporte económico para Ecuador: sus ingresos han incrementado alrededor del 8% en el promedio anual, un registro superior al PIB total del país. No obstante, no ha podido generar, al mismo ritmo, empleos, alcanzado solamente un aproximado del 4% anual promedio.
  - Los principales hallazgos en el sector alimenticio dentro del segmento de las MIPYMES son: A) Las microempresas tuvieron el mayor incremento de empresas del sector, con un 96% de aumento; pero sus ingresos de ventas por empresa promedio disminuyeron notablemente en un 16%, dentro del período analizado. B) Las pequeñas empresas, en el mismo período, han sido el motor de crecimiento en los ingresos por ventas anuales, pasando su participación del 46% en el año 2009, al 49% en el año 2016, superando así a las medianas empresas. C) Las medianas compañías han perdido participación en todas las variables analizadas; sin embargo, sigue siendo el segmento donde mejor remuneración entrega a sus empleados.
  - Los principales hallazgos en el sector vestimenta dentro del segmento de las MYPIMES son: A) La política pública de aumentos salariales progresivos no es el único elemento que explica la remuneración promedio, es posible que la misma obedezca también a la productividad de cada microempresa. B) En lo que atañe al número de empresas, la caída del crecimiento económico provocó que, en lugar de que las empresas

de tamaños superiores –léase pequeña y mediana empresa– decidan cerrar, ellas redujeran su personal transformándose en microempresas.

- En el capítulo siete, los resultados permiten reflexionar sobre algunos ejes estratégicos de actuación, así como plantear nuevos retos por parte del tejido empresarial analizado. Dentro de este contexto se advierte una cierta correspondencia entre los resultados obtenidos y algunos de los ejes de actuación (innovación, financiamiento, capital humano, entre otros), orientados a la supervivencia empresarial.
- Gracias a los datos obtenidos, se pudo observar que la supervivencia empresarial depende, en parte, de las actuaciones en ámbitos institucionales tan diversos como la reducción de trámites y procedimientos administrativos; la mejora del sistema financiero que permita acceder a información de calidad y transparente; así como mejorar el clima empresarial, de manera que resulte más propicio para el desarrollo de los negocios y la generación de ideas (productos/servicios) innovadoras.
- Sin embargo, es necesario advertir que el actual contexto político ecuatoriano está marcado por medidas de ajuste macroeconómico y políticas de austeridad, que, de alguna manera, podrían afectar muy sensiblemente al mercado interno de Ecuador, debido a las debilidades estructurales y a la existencia de incertidumbre en la economía, lo que hace que su mercado sea más volátil e incierto para cualquier tipo de inversión empresarial.



## **IX. Bibliografía**



- 
- Acs, Z. J., y Szerb, L. (2007). Entrepreneurship, economic growth and public policy. *Small Business Economics*, 28(2–3), 109–122.
- Agarwal, R., y Audretsch, D. B. (2001). Does entry size matter? The impact of the life cycle and technology on firm survival. *Journal of Industrial Economics*, 49(1), 21–43.
- Amah, E. (2017). Pro-Activeness and Survival of Small and Medium Scale Enterprises in Nigeria. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development*, 5(2), 67–72.
- Amit, R., y Muller, E. (1995). ‘Push’ and ‘pull’ entrepreneurship. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 12(4), 64–80. doi.org/10.1007/s11187-017-9923-1
- Andersson, P. (2010). Exits from self-employment: Is there a native-immigrant difference in Sweden?. *International Migration Review*, 44(3), 539–559.
- Audretsch, D. B. (2007). *The entrepreneurial society*. New York, Estados Unidos: Oxford University Press.
- Audretsch, D. B., y Lehmann, E. E. (2005). The effects of experience, ownership, and knowledge on IPO survival: Empirical evidence from Germany. *Review of Accounting and Finance*, 4, 13–33.
- Audretsch, D., Guo, X., Hepfer, A., Menendez, H., y Xiao, X. (2016). Ownership, productivity and firm survival in China. *Economia e Politica Industriale*, 43(1), 67–83.

- Bartelsman, E., Scarpetta, S. y Schivardi, F. (2005). Comparative analysis of firm demographics and survival: evidence from micro-level sources in OECD countries. *Industrial and Corporate Change*, 14(3), 365–391.
- Bates, T., y Robb, A. (2014). Small-business viability in America's urban minority communities. *Urban Studies*, 51(13), 2844–2862. doi:10.1177/0042098013514462
- Bigliardi, B. (2013). The effect of innovation on financial performance: A research study involving SMEs. *Innovation. Management, Policy & Practice*, 15, 245–256. doi:10.5172/impp.2012.2672
- Block, J. H., y Sandner, P. (2009). Necessity and opportunity entrepreneurs and their duration in self-employment: Evidence from German micro data. *Journal of Industrial Competition Trade*, 9(2), 117–137.
- Borjas, G. (1986). The self-employment experience of immigrants. *Journal of Human Resources*, 21(4), 487–506.
- Brüderl, J., y Preisendörfer, P. (1998). Network support and the success of newly founded businesses. *Small Business Economics*, 10(3), 213–225.
- Buehler, S., Kaiser, C., y Jaeger, F. (2006). Merge or fail? The determinants of mergers and bankruptcies in Switzerland, 1995–2000. *Economics Letters*, 90(1), 88–95.
- Cabrer-Borrás, B., y Rico, P. (2017). Survival of entrepreneurship in Spain. *Small Business Economics*, 51(1), 265–278.
- Caliendo, M., y Kritikos, A. S. (2010). Start-ups by the unemployed: Characteristics, survival and direct employment effects. *Small Business Economics*, 35(1), 71–92.
- Cefis, E., y Marsili, O. (2006). Survivor: The role of innovation in firms survival. *Research Policy*, 35(5), 626–641.
- Clark, K., y Drinkwater, S. (2000). Pushed out or pulled in? Self-employment among ethnic minorities in England and Wales. *Labour Economics*, 7(5), 603–628.
- Croitoru, A. (2012). Schumpeter, J. A., 1934 (2008), *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle*, translated from the German by Redvers Opie, New Brunswick

- (U.S.A.) and London (U.K.): Transaction Publishers. *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology*, 3(2), 1-13.
- De Jong, J., & Vermeulen, P. (2006). Determinants of product innovation in small firms. *International Small Business Journal*, 24, 587-609. doi:10.1177/0266242606069268
- Dhliwayo, S. (2014). Entrepreneurship and competitive strategy: an integrative approach. *The Journal of Entrepreneurship*, 23, 115-135. doi:10.1177/0971355713513356
- Dimov, D. (2017). Towards a qualitative understanding of human capital in entrepreneurship research. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23, 210-227. doi:10.1108/IJEBR-01-2016-0016
- Dorin, C., y Alexandru, G. (2014). Dinamics of the entrepreneurship concept. Literature review. *Annals of The University of Oradea, Economic Science Series*, 23(1), 445-451. Recuperado de <http://anale.steconomieuoradea.ro/en/>
- Dunne, T., Roberts, M. y Samuelson, L. (1989). The growth and failure of US manufacturing plants. *Quarterly Journal of Economics*, 104(4), 671-698.
- Ebben, Jay, y Alec C. Johnson. (2005). Efficiency, Flexibility, or Both? Evidence Linking Strategy to performance in Small Firms. *Strategic Management Journal*, 26 (13), 1249-1259.
- Ergas, H., y Orr, J. (2007). *SME Trends and Achievements*. Sydney, Australia: CRA International.
- Esteve-Pérez, S., y Mañez-Castillejo, J. (2008). The resource-based theory of the firm and firm survival. *Small Business Economics*, 30(3), 231-249.
- Geroski, P. (2005). Understanding the implications of empirical Work on Corporate Growth Rates. *Managerial and Decision Economics*, 26 (2), 129-138.
- Griffiths, M., Kickul, J., Bacq, S., y Terjesen, S. (2012). A dialogue with William J. Baumol: Insights on entrepreneurship theory and education. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 36, 611-625. doi:10.1111/j.1540-6520.2012.00510.x

- Hahn, F. (1981). General Equilibrium Theory. In D. Bell, y I. Kriston, *The crisis of economic theory*. Nueva York, Estados Unidos: Basic Books.
- Imoisili, C.I. (1978). Key Success Factors in Multinational and Indigenous Companies in Nigeria: A comparative Analysis. *Columbia journal of World business*, 13(3), 40-53.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos . (2012). *Directorio de Empresas y Establecimientos*. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec//directoriodeempresas/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2015). *Directorio de Empresas y Establecimientos*. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec//directoriodeempresas/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2017). Panorama Laboral y empresarial del Ecuador. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/Panorama%20Laboral%202017.pdf>
- Jennings, P. L. y Beaver, G. (1995) The Managerial Dimension of Small Business Failure. *Journal of Strategic Change*, 4(4), 185-200.
- Kalleberg, A. L., y Leicht, K. T. (1991). Gender and organizational performance: Determinants of small business survival and success. *Academy of Management*, 34(1), 136–161.
- Kalnins, A., y William, M. (2014). When do female-owned businesses out-survive male-owned businesses? A disaggregated approach by industry and geography. *Journal of Business Venturing*, 29(6), 822–835.
- Konstantakis, K., Michaelides, P. G., & Papageorgiou, T. (2014). Sector size, technical change and stability in the USA (1957-2006): a Schumpeterian approach. *International Journal of Social Economics*, 41(10), 956-974. doi:10.1108/IJSE-07- 2013-0165

- Kronborg, D., y Thomsen, S. (2008). Foreign ownership and long-term survival. *Strategic Management*, 30(2), 207-219.
- Leiva, J.C. y Alegre, J. (2012). Empresas gacelas: definición y caracterización. Academia. *Revista Latinoamericana de Administración*, 50, 31-43.
- Lindholm Dahlstrand, A. y Stevenson, L. (2010). Innovative entrepreneurship policy: linking innovation and entrepreneurship in a European context. *Annals of Innovation & Entrepreneurship*, 1(1), 5602.
- Lofstrom, M. (2002). Labor market assimilation and the self-employment decision of immigrant entrepreneurs. *Journal of Population Economics*, 15(1), 83-114.
- Maheshwari, B. (1980). *Decision Styles and organizational Effectiveness*. New Vickas Publishing House. New Delhi, India.
- Okello-Obura, C. y Matovu J. (2011). SMEs and Business Information Provision Strategies: Analytical Perspective. *Library Philosophy and Practice* (e-journal). 609. Recuperado de <http://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/609/>
- Olawale, F. y D. Garwe (2010). Obstacles to the growth of new SMEs in South Africa: A principal component analysis approach. *African journal of Business management*. 4(5), 729.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, OCDE. (2014). *Job Creation and Local Economic Development*. Recuperado de <http://www.oecd.org/publications/job-creation-and-local-economic-development-9789264215009-en.htm>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, Oficina de Estadística de las Comunidades Europeas, OCDE. (2005). Manual de Oslo Guía para la Recogida e Interpretación de Datos sobre Innovación, 3a. Edición, OCDE-EUROSTAT.

- Osenieks, J., y Babauska, S. (2014). The relevance of innovation management as prerequisite for durable existence of small and medium enterprises. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 110, 82-92. doi: 10.1016/j.sbspro.2013.12.850
- Ou, C. (2006). Banking and SMEs financing in United States of America. *Small business research Summary*, 277.
- Reynolds, D., Michael Camp, S., William D., Bygrave, Erko Autio, y Hay, M. (2001). Global entrepreneurship Monitor 2001 Summary Report. Recuperado de <http://www.gemconsortium.org/docs/download/255>
- Ribeiro-Soriano, D., y Castrogiovanni, G. (2012). The impact of education, experience and inner Circle Advisors on SMe performance: insights from a Study of public Development Centers. *Small Business Economics*, 38(3), 333–349.
- Rothwell, R., y Zegveld, W. (1982). Innovation and the small and medium sized firm. Estados Unidos, University of Illinois at Urbana- Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.
- Rwigema, H., y Karungu, P. (1999). SMME development in Johannesburg's Southern Metropolitan Local Council: an assessment. *Development Southern Africa*, 16(1), 101-124.
- Santos, M. (1997). *Los economistas y la empresa. Empresa y empresario en la historia del pensamiento económico*. Madrid: Alianza.
- Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge, Estados Unidos: Harvard University Press.
- Shinkle, G. A., Kriauciunas, A. P., y Hundley, G. (2013). Why pure strategies may be wrong for transition economy firms. *Strategic Management Journal*, 34, 1244- 1254. doi:10.1002/smj.2060
- Shirokova, G., Bogatyreva, K., y Beliaeva, T. (2016). Entrepreneurial orientation and firm performance in different environmental settings. *Journal of Small Business*

- and Enterprise Development*, 23, 703-727. doi:10.1108/JSBED-09-2015-0132
- Simón-Moya, V., Revuelto-Taboada, L., y Ribeiro-Soriano, D. (2012). Are Success and Survival Factors the Same for Social and Business Ventures? *Service Business*, 6 (2), 219–242.
- Simpson, D., Power, D., y Samson, D. (2007). Greening the automotive supply chain: a relationship perspective. *International Journal of Operations & Production Management*, 27(1), 28-48.
- Thurik, R., y Wennekers, S. (2004). Entrepreneurship, small business and economic growth. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 11(1), 140–149.
- Van Praag, C. Mirjam. (2003). Business Survival and Success of young Small Business owners. *Small Business Economics* 21 (1), 1–17.
- Vermeulen P. A. M., 2005. Uncovering barriers to complex incremental product innovation in small and medium-sized financial services firms. *Journal of Small Business Management* 43, 4, 432-452.
- Wennekers, S., y Thurik, R. (1999). Linking entrepreneurship and economic growth. *Small Business Economics*, 13(1), 27–56.
- West, G. page, y Terry W. Noel. (2009). The impact of Knowledge Resources on New Venture performance. *Journal of Small Business Management*, 47(1), 1–22.





