

Análisis de los factores claves de éxito de empresas en base tecnológica en la ciudad de Cuenca

Juan Francisco Álvarez Valencia
falvarezv@uazuay.edu.ec

Ericka Brigitte Mogrovejo Dávila
erikabrigitte_3094@es.uazuay.edu.ec

Henry Patricio Mogrovejo Dávila
henrymd_16@es.uazuay.edu.ec

Universidad del Azuay
Cuenca, Ecuador

Resumen

Para el presente estudio, se analizó como el sector de las micro y pequeñas empresas en base tecnológica (EBT), en la ciudad de Cuenca, han sobrevivido en base a factores claves donde se ha identificado que: en el medio empresarial existen diversos factores competitivos que generan estabilidad en el mercado a largo plazo, es por ello que las micro y pequeñas empresas tienen riesgo de desaparecer dentro de los primeros en funciones, ya sean por causas del mercado o administrativas. Por ello, se realizó un análisis de supervivencia para identificar los factores de éxito o fracaso, una investigación tanto de manera de cualitativa, mediante entrevistas estructuradas a profundidad. En el sector tecnológico, específicamente, se realizó un censo a todas las empresas en base tecnológica que hayan nacido en el mercado cuencano en los últimos cinco años. Se realizó una investigación de carácter cuantitativa a partir del análisis de variables que salieron de las entrevistas, así como también datos primarios obtenidos en fuentes oficiales como la Superintendencia de Compañías y Seguros. Los resultados obtenidos de la investigación, indican que existen 27 empresas en base tecnológica, las cuales 18 son microempresas y 9 pequeñas empresas. En el censo realizado, participaron el 74% de estas empresas, mientras que el 26% del total no estuvieron dispuestos a dar información. Sin embargo, dentro del análisis se pudo identificar que las microempresas, al no contar con capital considerable ni mayores ventas, como las de mayor tamaño que han logrado mantener una media de años en el mercado (6.7 años), considerando que en el mercado es relativamente pequeño. Por otra parte, las pequeñas y medianas empresas desarrollan bases diferentes, como estructuras comerciales sólidas, por lo que cuentan con más tiempo en el mercado con una media de 13.13 años.

Palabras clave: Factores, base tecnológica, empresa, mercado

Abstract

For the present study, we have analyzed how the sector of microenterprises and small businesses in the technological base (EBT), in the city of Cuenca, have survived on the basis of the key factors where it has been identified: In the business environment there are various competitive factors that builds in the market in the long term, that is why micro and small businesses are at risk of disappearing within the first in functions, whether due to market or administrative causes. Therefore, a survival analysis was carried out to identify the factors of success or failure, an investigation both in a qualitative way, through in-depth structured interviews. In the technological sector, specifically, a census was carried out of all the companies based on technology that was born in the Cuenca market in the last five years. Then we conducted an investigation of the quantitative nature of the analysis of variables that came out of the interviews, as well as primary data obtained from official sources such as the Superintendence of Companies and Insurance. The results obtained from the research indicate that there are 27 companies in the technological base, of which 18 are microenterprises and 9 are small companies. In the census conducted, 74% of these companies participated, while 26% of the total were not willing to give information. However, within the analysis it was possible to identify that the micro companies, not having these with considerable capital or higher sales, such as the larger ones that have managed to maintain an average of years in the market (6.7 years), considering that in the market It is relatively small. On the other hand, small and medium companies develop different bases, such as solid commercial structures, so they have more time in the market with an average of 13.13 years.

Keywords: Factors, technological base, company, market.

Introducción

En esta investigación se pretende analizar los diferentes elementos que intervienen dentro de las empresas que se manejan en base tecnológica en la ciudad de Cuenca, dado que la naturaleza de los productos y servicios en su mayoría son intangibles, cuya gestión comercial requiere más apoyo. Por tanto, se definirán los factores que son claves para el éxito en este modelo de negocios y lograrán ser base para las empresas de menor tamaño.

En el medio empresarial existen varios factores para que estas se mantengan en el margen

competitivo, dando como resultado su estabilidad en el mercado a largo plazo. Es por ello que las micro y pequeñas empresas comprenden un riesgo a nivel considerable dentro de sus primeros años de supervivencia, ya sean por causas de mercado o administrativo. Por esta razón, las micro y pequeñas empresas comprenden el mayor porcentaje de empresas en la ciudad de Cuenca. Por lo mismo, las microempresas de base tecnológica se sitúan en un segmento especializado en soluciones de carácter informático. Así, es preciso analizar la sobrevivencia para determinar sus factores de éxito o fracaso en el cual se encuentran, y poder generar información que puedan servir de guía para las empresas.

Para el análisis de los factores claves de éxito se pretende identificar los factores de supervivencia, para este efecto se realizará una investigación descriptiva, que será tanto manera de cuantitativa, a partir de datos primarios, obtenidos de bases de datos de fuentes oficiales; como también cualitativa, mediante entrevistas estructuradas a profundidad a todas las empresas en base tecnológica que hayan nacido en el mercado cuencano en los últimos 5 años. De esta manera, se podrá recopilar la información mediante encuestas en la totalidad de empresas.

Dentro del proceso de investigación que se realizará en el presente proyecto, los resultados esperados son: la identificación de los factores claves de éxito que permita a las micro y pequeñas empresas en base tecnológica desarrollarse de manera eficiente, dando como resultado su supervivencia en el mercado competitivo en la ciudad de Cuenca.

Dentro de la base de datos de la Superintendencia de Compañías se encuentran en total 27 empresas de base tecnológicas, misma que se dividen en 18 microempresas, 9 pequeñas empresas, 0 empresas medianas y 0 empresas grandes, que se detallan a continuación:

Las microempresas que conforman el grupo son:

1. Eshop Solutions Solshop CIA. Ltda.
2. Meet2go S.A.
3. Systemsoft CIA. Ltda.
4. Logic Sense Software Losensoft CIA. Ltda.
5. Ddwp S.A.
6. Softlucion S.A.
7. Datacenter CIA. Ltda.
8. Soluciones Informaticas-Asotec CIA. Ltda.

9. Enrique Rodas Cia. Ltda.
10. Asesora Y Productora De Tecnologías De La Información Ayni Asociados Aynitics CIA. Ltda.
11. Giftpointsoft CIA. Ltda.
12. X2 Solutions S.A.
13. Mesa Lista Servicios Reservmesa S.A.
14. Belsarias CIA. Ltda.
15. Red Systems RscI CIA. Ltda.
16. Lockphone Ecuador Lpec CIA. Ltda.
17. Orange Software&Solutions CIA. Ltda.
18. Domicilios Mega Bite Megabitedom CIA. Ltda

Las empresas que confirman las 9 pequeñas empresas son:

1. Aplicanet CIA. Ltda.
2. Palacios Software CIA. Ltda.
3. Taurustech CIA. Ltda.
4. Softbuilder CIA. Ltda.
5. Issoluciones CIA. Ltda.
6. Is-Buro CIA. Ltda.
7. Austrosoft CIA. Ltda.
8. Consorcio Keops Ecuador Consorkeops CIA. Ltda.
9. Servicios Y Productos Informaticos Multics CIA. Ltda.

Marco teórico

Las empresas en base tecnológica son organizaciones productoras de bienes y servicios, comprometidas con el diseño, desarrollo y producción de nuevos productos y/o procesos de fabricación innovadores, a través de la aplicación sistemática de conocimientos técnicos y científicos (Office of Technology Assessment, 2014).

A las empresas en base tecnológica se las define como aquellas organizaciones que son productoras de nuevos bienes y servicios que generan un valor agregado o adicional mediante la innovación y desarrollo de conocimientos tecnológicos. Estas empresas también se caracterizan por su compromiso en la aplicación de técnicas renovadas e innovadoras que, al ser empresas pequeñas y con escaso personal, crean un valor agregado superior en comparación a las empresas grandes que se encuentran en el mercado. Existen muchas definiciones para las EBT, con opiniones similares como las que aporta Shearman y Burell (1998), que afirma que “son empresas nuevas e independientes con una actividad relacionada con el desarrollo de nuevas industrias” (p. 88).

Las empresas en base tecnológica se caracterizan principalmente por saber utilizar una pequeña idea y convertirla en una idea tecnológicamente innovadora, respondiendo así a aquellas necesidades que se encuentran en el mercado, con sus productos y servicios de alto desempeño.

El emprendimiento se define como las ideas de nuevas inversiones que tienen como finalidad resolver los problemas de los individuos en ámbitos como: educación, vestuario, alimentación, salud, habitación, cultura y entretenimiento. Una idea puede dar origen a nuevos productos y servicios o puede modificar los existentes. Se puede inventar nueva tecnología, nuevos sistemas de producción, nuevos puntos de venta o, incluso, nuevas fuentes de materia prima. Las ideas de las personas solucionan los problemas que surgen en las empresas privadas, en las instituciones públicas, en los ministerios, en el ámbito internacional, a nivel sectorial y, también, a nivel individual (Moreno, 2016).

La sobrevivencia empresarial es evidente en la necesidad en que las empresas adopten métodos o técnicas acordes a los nuevos tiempos que les permitan sobrevivir e incluso crecer y consolidarse en estos ambientes que son cada vez más turbulentos y complejos. Es aquí donde, sin duda, la aplicación de la administración estratégica tendrá un papel más preponderante (Torres Hernández, Zacarías, 2014, p.7).

La administración estratégica se define como un conocimiento elemental para la empresa privada y pública, el cual debe implementar la alta dirección con la participación de los integrantes que laboran en el organismo social. La transformación de los mercados y la lucha competitiva para posicionarse en ellos, obliga y convence a la alta dirección que su capital intelectual desarrolle sus potencialidades, la competitividad cada día se torna más global, además de que exige una actuación social responsable. Actualmente los diferentes enfoques de la Administración Estratégica han logrado su sinergia integral, teniendo como resultado que el capital humano al aplicarlo en las diferentes empresas busque alcanzar la efectividad y trabajar con un proceso de mejora continua sostenible (Luna, 2014, p.7).

El núcleo de toda estrategia consta de las acciones y movimientos en el mercado, que efectúan los administradores para mejorar su posición competitiva respecto de sus competidores. Una estrategia creativa y distinta que aleje a una empresa de sus rivales y genere una ventaja competitiva es el “boleto” más confiable para obtener ganancias superiores al promedio. Competir en el mercado con una ventaja tiende a ser más rentable que competir sin alguna ventaja (Thompson, Gamble, Peteraf, 2012, p.5).

“Los instrumentos del marketing (producto, precio, promoción y distribución), aunque son los mismos para todas las empresas, deben adaptarse a las características de las mismas y a los mercados a los que se dirigen” (Vargas, 2013, p. 10). El punto de partida del proceso de marketing se encuentra en analizar y detectar las necesidades de los compradores potenciales y ofrecer una satisfacción a las mismas con mayor valor que la competencia y con beneficio para la empresa. Dado esto, “los componentes de la dimensión análisis, marketing estratégico, y los de la dimensión acción, marketing operativo, y su complementariedad; para así lograr satisfacer dichas necesidades” (Vallet-Bellmunt, 2015, p. 16).

El fin del plan de negocio “se basa en una planificación para el logro de objetivos tanto cuantitativos como cualitativos a largo plazo. En el plan de negocio se desarrollan estrategias y se gestionan recursos para el logro de los fines planteados” (Vargas, 2013, p. 91). Por tanto, el concepto de “Factores Clave o Críticos del Éxito, desde la perspectiva de la administración estratégica de la empresa, forma parte del llamado modelo de negocio, en tanto al esquema de operación de una empresa para ofrecer y realizar sus productos y servicios” (Gonzales, 2009, p. 2). “Sistema de gestión comercial que, identificando a nuestros clientes, establece y cultiva relaciones duraderas con ellos, creando vínculos con beneficios para ambas partes” (Villanueva, Manuel de Toro, 2017, p. 315).

Metodología

Para el análisis de los factores claves de éxito de las EBT en la ciudad de Cuenca, se preten-

de identificar los factores de supervivencia. Este objetivo se cumple mediante una investigación descriptiva, que será tanto de manera cuantitativa, a partir de datos primarios obtenidos en fuentes oficiales; como también cualitativo, mediante entrevistas estructuradas a profundidad a todas las empresas en base tecnológica que hayan nacido en el mercado cuencano en los últimos 5 años, de manera que se pueda recopilar la información mediante encuestas a la totalidad de empresas.

Se extrajo la información primaria necesaria que emitió el ente regulador del estado como la Superintendencia de Compañías y Seguros a nivel nacional, posteriormente se usaron los datos correspondientes para el cantón Cuenca, en el cual se realizó un censo a la totalidad de empresas en base tecnológica y la toma de datos dirigiéndonos de lo general a lo particular y obteniendo en total de 27 empresas.

Los autores del proyecto de investigación han propuesto que para determinar a las empresas con mayor éxito en los últimos cinco años, deben cumplir con los criterios de valoración en base al análisis de evaluación que se detallan a continuación:

1. El impulso a otro tamaño, es decir, toda la transición que tuvo la empresa que creció de micro empresa a pequeña empresa.
2. El crecimiento del número de empleados que se desarrollan en los últimos cinco años y que superen el 50% del total comparado del primer año al último año.
3. Exportación de software, en diferentes alcances, fuera del mercado objetivo de cada empresa.
4. Incremento del nivel de ventas, en pro-

medio en más del 50% en comparación del primer año al último año

5. Incremento de la utilidad neta, que sobrepase en promedio del 25%, en comparación del primer al último año.

El análisis fue realizado desde el año 2011 hasta el año 2016, con la base de datos que otorga la Superintendencia de Compañías y Seguros. Una vez analizado los diferentes criterios aplicados a cada empresa y cuyos objetivos cumplan con los requerimientos planteados con un mínimo del 80%, en base a datos históricos que representan según el tamaño de empresas en la ciudad de Cuenca, se lo considerará como una empresa exitosa; es decir, que trabajan como una EBT.

Resultados

En base a la investigación realizada, a continuación, se detallan los resultados obtenidos:

Dentro del análisis a las empresas a sus puntos financieros importantes, se pudo determinar varios factores sobre cuáles se logran fortalecer y cuales son más propensos a riesgos. Por lo tanto, cada empresa tiene una manera adecuada para sus procesos, es por ello que las empresas de tamaño menor (microempresas) poseen estructuras más pequeñas que delimitan varios factores de crecimiento, por ende dentro del análisis de este proyecto se van a determinar los factores que pueden ser usados como base para que estas pequeñas empresas logren crecer dentro de los siguientes años. Sin embargo, las microempresas tienen una participación del 9% del total de la suma de ingresos dentro de las empresas analizadas; esto conlleva a determinar que las microempresas aún siguen en proceso de introducción en un análisis de vida de la empresa, por tanto varios factores como bases financieras y de mercado son determinantes para su estructura por tanto al ser consideradas microempresas, estas han demostrado tener ingresos altos.

PARTICIPACIÓN DE EMPRESAS SEGÚN INGRESOS

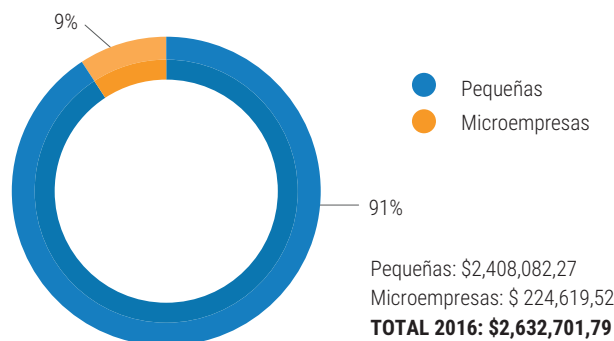


Figura 1. Participación de empresas según ingresos
Fuente: Superintendencia de Compañías y Seguros

Las pequeñas empresas dentro de este proyecto, poseen casi la totalidad de participación según ingresos, abarcan el 91% del total de ingresos entre las microempresas y las pequeñas empresas, debido a que poseen estructuras financieras que les permite trascender en la facturación que está ligado a varios factores, entre ellos su segmento de clientes, tendencias y re-

querimientos del mercado, necesidades de los clientes, etc. Por tanto, las empresas pequeñas dentro de la ciudad de Cuenca tienen un mayor renombre y por ende serán las determinantes para poder conocer los factores claves de éxito que permita a las microempresas lograr crecer de una manera significativa.

Ranking	Tamaño	Empresa	Total ingresos año 2011	Total ingresos año 2012	Total ingresos año 2013	Total ingresos año 2014	Total ingresos año 2015	Total ingresos año 2016
1	P	Taurustech Cia. Ltda.	\$19.350,00	\$5.154,29	\$133.159,48	\$355.734,17	\$581.702,01	\$847.311,87
2	P	Aplicanet Cia. Ltda.	\$-	\$-	\$600.325,00	\$204.058,73	\$49.669,33	\$504.774,30
3	P	Is-Buro Cia. Ltda.	\$-	\$-	\$31.526,32	\$774.414,21	\$183.986,08	\$246.342,36
4	P	Issoluciones Cia. Ltda.	\$414.273,72	\$365.781,92	\$190.207,99	\$192.139,53	\$188.341,06	\$183.537,82
5	P	Consorcio Keops Ecuador Consor-keops Cia. Ltda.	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$182.380,01
6	P	Palacios Software Cia. Ltda.	\$966.123,66	\$379.707,64	\$371.291,28	\$483.151,90	\$388.913,66	\$137.369,64
7	P	Softbuilder Cia. Ltda.	\$201.781,20	\$71.317,82	\$95.231,36	\$78.455,71	\$90.866,26	\$120.263,53
8	P	Austrosoft Cia. Ltda.	\$102.350,40	\$96.741,73	\$104.147,69	\$112.092,48	\$110.237,12	\$112.543,14
9	P	Servicios y Productos Informaticos Multics Cia. Ltda.	\$67.280,25	\$73.701,18	\$109.621,52	\$41.563,61	\$75.080,00	\$73.559,60
10	ME	Softlucion S.A.	\$-	\$-	\$-	\$-	\$9.071,95	\$65.823,43
11	ME	Systecnasoft Cia. Ltda	\$-	\$-	\$-	\$-	\$25.185,08	\$55.017,88
12	ME	Asesora y Productora de Tecnologías de la Información Ayni Asociados Aynitics Cia. Ltda.	\$-	\$-	\$-	\$-	\$500,00	\$32.310,00
13	ME	Soluciones Informáticas - Asotec Cia. Ltda.	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$31.664,25
14	ME	Datacenter Cia. Ltda.	\$-	\$4.487,50	\$34.196,44	\$4.890,00	\$5.328,57	\$16.518,72

15	ME	Logic Sense Software Losensoft Cia. Ltda.	\$_	\$_	\$_	\$_	\$_	\$11.996,21
16	ME	Enrique Rodas Cia. Ltda.	\$116.312,88	\$26.020,36	\$19.208,21	\$19.850,36	\$14.333,57	\$8.603,48
17	ME	Ddwp S. A.	\$_	\$_	\$_	\$_	\$_	\$1.750,00
18	ME	Belsarias Cia. Ltda.	\$_	\$_	\$_	\$_	\$800,00	\$516,24
19	ME	Giftpointsoft Cia. Ltda.	\$_	\$_	\$_	\$_	\$_	\$416,82
20	ME	Eshop Solutions Solshop Cia. Ltda.	\$_	\$_	\$_	\$_	\$19.906,21	\$1,48
21	ME	Red Systems Rscl Cia. Ltda.	\$_	\$_	\$_	\$_	\$_	\$1,00
22	ME	Orange Software & Solutions Cia. Ltda.	\$_	\$_	\$_	\$_	\$_	\$0,01
23	ME	Domicilios Mega Bite Megabitedom Cia. Ltda.	\$_	\$_	\$_	\$_	\$2.309,05	\$_
24	ME	Lockphone Ecuador Lpec Cia. Ltda.	\$_	\$_	\$_	\$_	\$_	\$_
25	ME	Meet2go S. A.	\$_	\$_	\$_	\$_	\$_	\$_
26	ME	Mesa Lista Servicios Reservemesa S. A.	\$_	\$_	\$_	\$_	\$_	\$_
27	ME	X2 Solutions S. A.	\$_	\$_	\$_	\$_	\$_	\$_

Tabla 1. Cuadro de empresas con utilidad o pérdida 2011-2016
Fuente: Superintendencia de Compañías y Seguros

Adicional, en el siguiente cuadro se reflejara con letra A: liquidez, B: mayor liquidez y C: menor liquidez. Los autores del proyecto de investigación clasifican como liquidez a las empresas que reflejan valores entre 1.00 a 1.999, mayor liquidez a las empresas que reflejan valores mayores 2.00 y menor liquidez a las empresas que reflejan valores menores a 1.00.

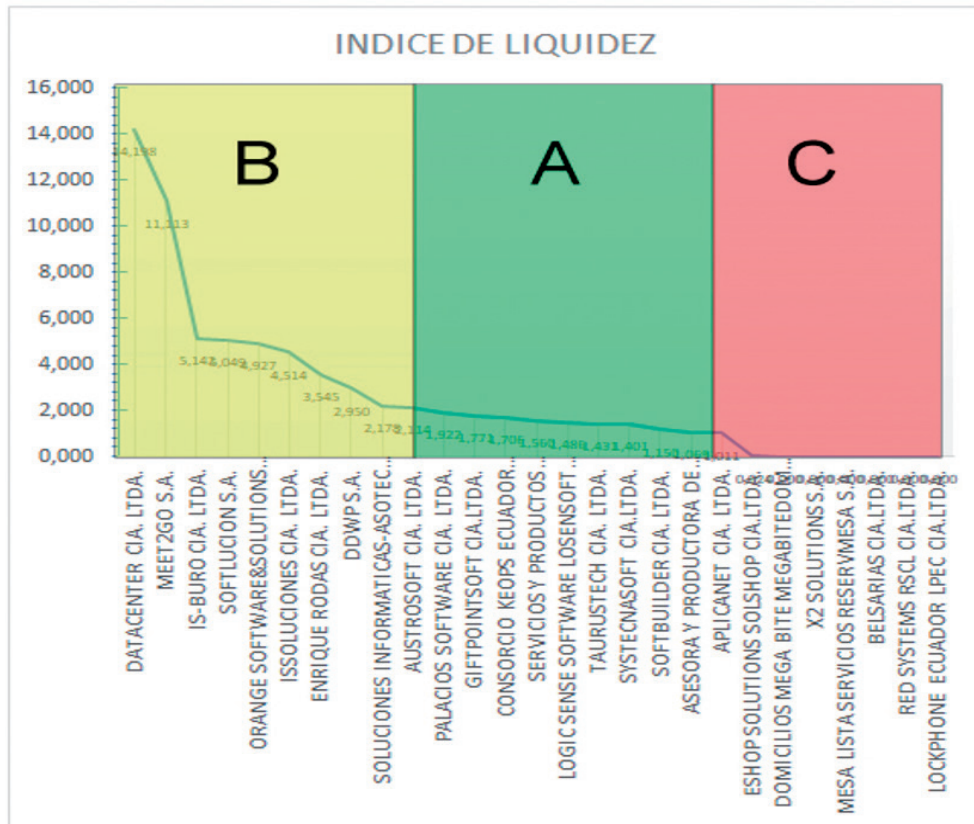


Figura 2. Índice de liquidez de las empresas en base tecnológica 2016

Fuente: Superintendencia de Compañías y Seguros

Medición ingresos netos

Ranking	Tamaño	Empresa	Total ingresos
1	P	Taurustech Cia. Ltda.	\$847.311,87
2	P	Aplicanet Cia. Ltda.	\$504.774,30
3	P	Is-Buro Cia Ltda.	\$246.342,36
4	P	Issoluciones Cia. Ltda.	\$183.537,82
5	P	Consortio Keops Ecuador Conсорkeops Cia. Ltda.	\$182.380,01
6	P	Palacios Software Cia. Ltda.	\$137.369,64

7	P	Softbuilder Cia. Ltda.	\$120.263,53
8	P	Austrosft Cia. Ltda.	\$112.543,14
9	P	Servicios y Productos Informativos Multics Cia. Ltda.	\$73.559,60
10	ME	Softlucion S. A.	\$65.823,43
11	ME	Systemsoft Cia. Ltda.	\$55.017,88
12	ME	Asesora y productora de tecnologías de la Información Ayni Asociados Aynitics Cia. Ltda.	\$32.310,00
13	ME	Soluciones Informaticas-Asotec Cia. Ltda	\$31.664,25
14	ME	Datacenter Cia. Ltda.	\$16.518,72
15	ME	Logic Sence Software losensoft Cia.Ltda.	\$11.996,21
16	ME	Enrique Rodas Cia. Ltda.	\$8.603,48
17	ME	Ddwp S. A.	\$1.750,00
18	ME	Belsarias Cia. Ltda.	\$516,24
19	ME	Giftpointsoft Cia. Ltda.	\$416,82
20	ME	Eshop Solutions Solshop Cia. Ltda.	\$1,48
21	ME	Red Systems RscI Cia. Ltda.	\$1,00
22	ME	Orange Software & Solutions Cia. Ltda.	\$0,00
23	ME	Domicilios Mega Bite Megabite-dom Cia. Ltda.	\$-
24	ME	Lockphone Ecuador Lpec Cia. Ltda.	\$-
25	ME	Meet2go S. A.	\$-
26	ME	Mesa Lista Servicios Reservmesa S. A.	\$-
27	ME	X2 Solutions S. A.	\$-

Tabla 2. Ingresos netos en base tecnológica 2016
Fuente: Superintendencia de Compañías y Seguros

Los índices de ingresos indican un alto nivel de movimiento económico, dentro de estos se puede visualizar que las empresas que han tenido un mayor ingreso han sido empresas consideradas pequeñas por requerimientos de estos que deben tener un cierto nivel de ingresos. Esto da una perspectiva muy amplia sobre el estudio actual de las empresas de base tecnológica, ya que forma parte del análisis de los factores claves de éxito, es por ello que empresas como Is-Buro, según comentarios del gerente, el éxito conlleva muchos factores que están ligados directamente al desarrollo de procesos del mercado al cual se proyectan. Por lo tanto los ingresos que han obtenido las empresas alcanzan un nivel considerable puesto a las operaciones, tomando en cuenta que las empresas analizadas tienen una participación del 80% del tipo desarrolladoras de software, lo cual les permite tener un mercado más desarrollado en cuanto a las necesidades que requieren, así que hay que tomar en cuenta la oferta que desarrollan, ya que las empresas como Taurustech son proveedoras de sistemas de software en su mayoría de parte para proyectos que conlleven un número significativo de procesos, mientras que empresas de menor tamaño como las microempresas hacen procesos de mantenimiento que les permite disminuir la carga de trabajo que una desarrolladora puede ofrecer.

Sin embargo, las empresas de base tecnológica en la ciudad de Cuenca, poseen un mercado en crecimiento, las cuales les va a permitir en un futuro desarrollarse de buena manera, como empresas que están situadas en otras ciudades como Quito y Guayaquil. Sin embargo, los procesos comerciales como de marketing aún no han sido desarrollados en la mayoría de empresas, es por ello que al implementar aplicaciones pueden lograr un crecimiento aún mayor; por último

en el 2016, las 27 empresas analizadas han obtenido un ingreso total de \$2.632.701,79, divididos en 9 empresas pequeñas y 18 microempresas.

Dentro de la investigación exploratoria, se ha logrado hacer un censo a las 27 empresas de base tecnológica en la ciudad de Cuenca, que han sido registradas por el ente regulador de la Superintendencia de compañías; las cuales obtuvieron una participación del 74,07% del total de las empresas, mientras que el 25,93% del total no aspiró a participar.

Años en el mercado

Dentro del análisis de factores claves de éxito, es necesario partir del tiempo de vida de las empresas, esto permitirá saber cuántos años la empresa tiene sus procesos operacionales, ya que las empresas de base tecnológica, es una rama relativamente nueva, dentro de la extensa oferta en el mercado ecuatoriano, es por ello que se ha obtenido los siguientes datos:

- Microempresas: Dentro del análisis de las microempresas se han determinado, que estas empresas al no ser empresas con un mayor capital, ni mayores ingresos como la son de mayor tamaño han logrado mantener una media de años en el mercado es de:

Total Microempresas	18
\bar{X} Años	6,7 años

Tabla 3. Total microempresas
Fuente: Superintendencia de Compañías y Seguros

Para un sector en crecimiento a la que pertenecen las empresas de base tecnológica, su media de años en el mercado es relativamente baja, ya que si se toman en cuenta las bases en las que estas empresas se colocan, como las financieras, clientes, entre otros; por tanto estas empresas se encuentran en un periodo de crecimiento que ha sobrepasado los riesgos posibles al nivel de una media de 6,7 años que se ubican en un desarrollo en ciertos ámbitos.

- Pequeñas empresas: Las pequeñas empresas al ser constituidas con una diferencia considerable de capital, poseen estructuras comerciales distintas es por ello que estas empresas cuentan con más tiempo en el mercado las cuales son:

Total Pequeñas empresas	9
\bar{X} Años	13,13 años

Tabla 4. Total pequeñas empresas

Fuente: Superintendencia de Compañías y Seguros

Estos resultados, permiten conocer el ambiente en las cuales las empresas ya están establecidas en una media de tiempo de 13,13 años es un nivel de crecimiento muy considerable, ya que si se toma en cuenta en el año 2001 al 2005, empezaron estas empresas a desarrollarse con innovaciones y adaptaciones sociales a la tecnología que han tenido un acierto para lograr cumplir los objetivos y así poder implantarse en el mercado de una manera muy oportuna.

Análisis de medios de comunicación

Los medios de comunicación usados por las empresas de base tecnológica son por defecto medios digitales, los cuales permiten a las empresas tener presencia en su segmento de clientes, obteniendo los resultados en los diferentes niveles.

Microempresas

Dentro del análisis de microempresas, estas tienen como base principal dos canales, redes sociales y página web. Si bien se conoce que estos medios tienen una ventaja muy grande la cual son los costos menores en cuanto a comunicación y publicidad; estas empresas cuentan con una participación del 31% para redes sociales y 31% para páginas web, esto también se debe a la naturaleza de estas empresas, ya que al otorgar productos y servicios de base tecnológica, las páginas web funcionan como vitrina para el desarrollo de clientes. Es por ello que su ventaja en estos medios es el manejo de su plaza y promoción, ya que estas empresas manejan en su mayoría imagen digitalmente. Como acción secundaria los canales de aplicaciones móviles y correo electrónico son menores. Esto puede deberse a varios factores, uno de ellos es que varían el segmento de clientes, ya que la mayoría de empresas dan soluciones de software, mientras que otras integran herramientas de comunicación, es por ello que la mayoría tiene como base las redes sociales y páginas web, que son más efectivas al momento de usar medios de comunicación; tomando en cuenta que, estas empresas aún están en etapa de crecimiento.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MICROEMPRESAS

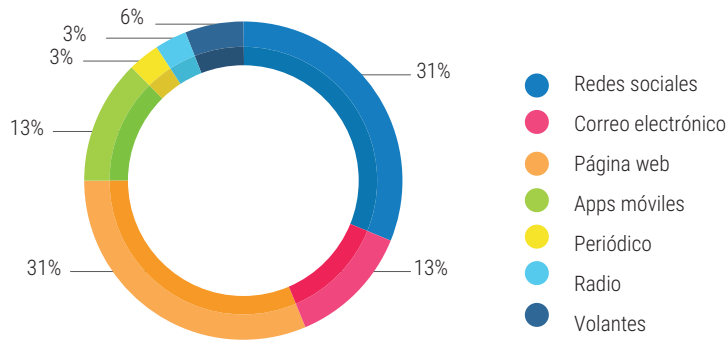


Figura 3. Medios de comunicación microempresas

Fuente: Entrevistas

Pequeñas empresas

Dentro de la categoría de pequeñas empresas se puede denotar una tendencia similar con un cambio dentro de los resultados, la cual refleja directamente a la posición que tienen las redes sociales como medio principal, con una participación del 33%, toma en cuenta las empresas no hacen gastos elevados de comunicación en medios convencionales como periódicos ya que el costo – beneficio de las redes sociales son mayores, por tanto se puede decir que las em-

presas de base tecnológica tanto micro como pequeña usan como medio principal las redes sociales para su desarrollo y adicionalmente se ve un cambio significativo dentro de correo electrónico, esto debido a que la comunicación con los clientes potenciales al ser un número más elevado conlleva mayor inversión dentro del soporte como de la productividad, por ejemplo las microempresas pueden llegar a tener entre 10 a 15 clientes mientras, que las pequeñas ya superan un número de 50 o más, es por ello la necesidad ofertar sus productos a través de otro canal.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE PEQUEÑAS EMPRESAS

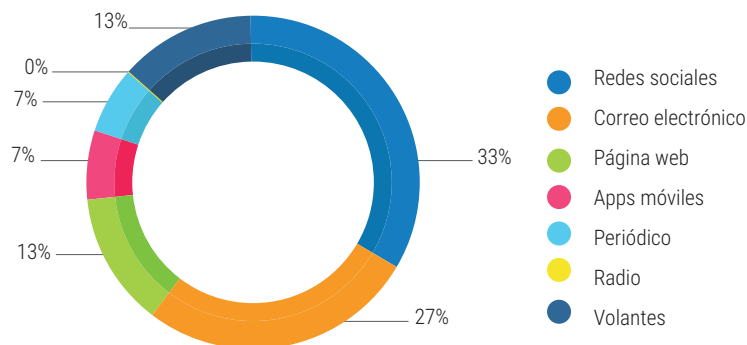


Figura 4. Medios de comunicación pequeñas empresas

Fuente: Entrevistas

En el total se pueden ver la combinación de los dos niveles de comunicación con sus características antes mencionadas, manteniendo las páginas web y el correo electrónico como factores secundarios a las redes sociales, por tanto las empresas desarrollan mejor comunicación a través de redes sociales, con un total de 32% del total de empresas investigadas, siendo este el mejor canal de comunicación usado por las empresas de base tecnológica.

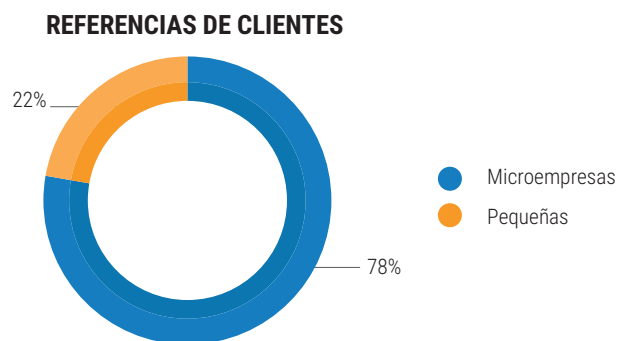


Figura 5. Referencias de clientes
Fuente: Entrevistas

Valoración del nivel organizativo y medición de crecimiento

principales componentes del éxito, que podrían componerse las empresas de base tecnológica en la ciudad de Cuenca.

Factores internos oportunidades

Para lograr una definición de los datos cualitativos dentro de la investigación los gerentes y representantes a quienes se hizo la entrevista han logrado definir patrones similares, como

Para la obtención de datos cualitativos el software Atlas. Ti, ha permitido identificar los principales patrones donde existen similitudes entre las características mencionadas, por lo tanto los resultados se expondrán a continuación.

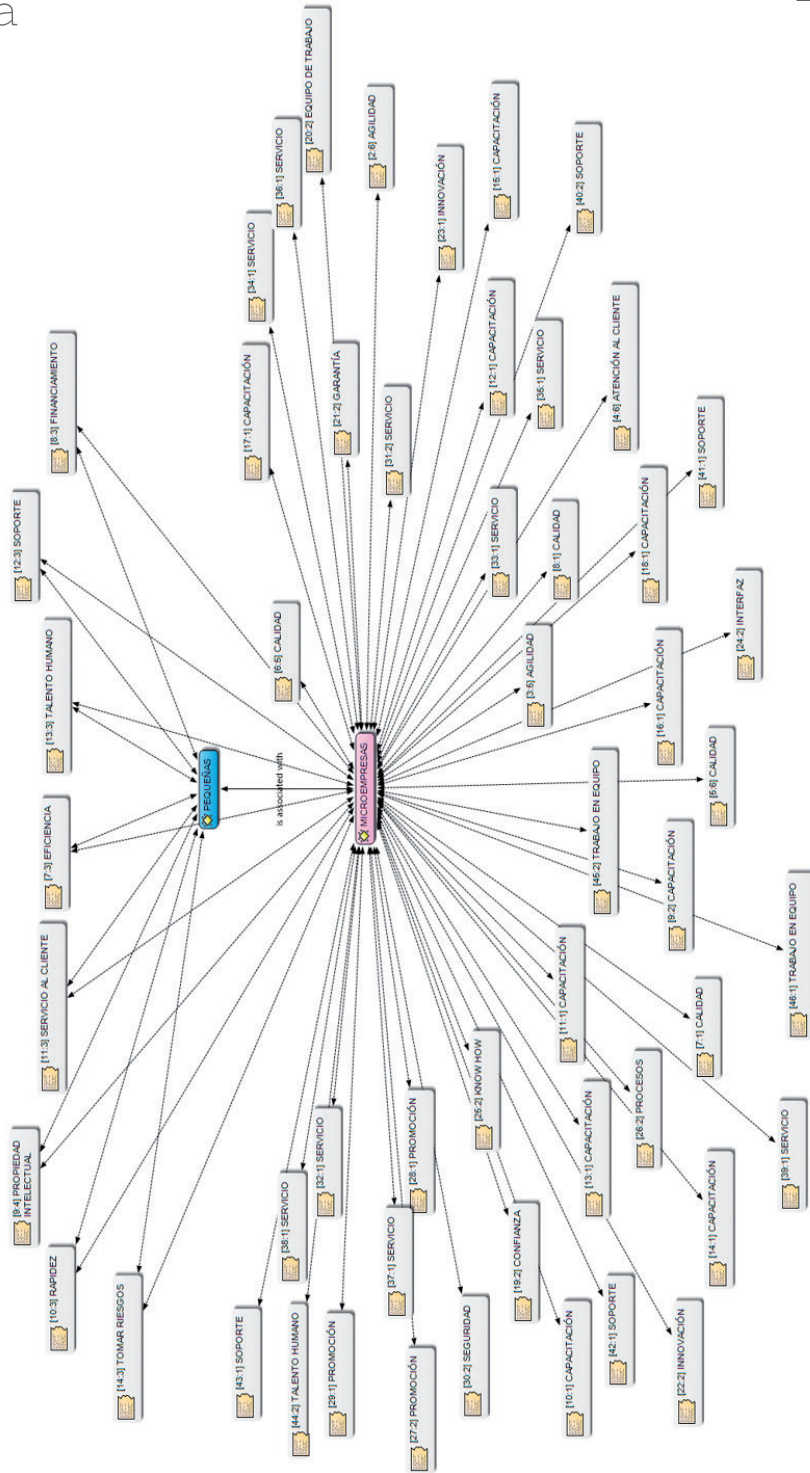


Figura 6. Datos cualitativos según el software 'Atlas. Ti'
Fuente: Entrevistas

Factores dentro de las microempresas

Los factores determinantes de éxito en las microempresas han sido muy amplios, dado el punto que las empresas de este tamaño comparten similitudes, es por ello que según los entrevistados han interpretado factores que se consideran exitosos que han aplicado y obtenido resultados deseados. Por ello dentro del análisis realizado los factores determinantes por su naturaleza se aplican con toda regularidad al área de tecnológica, siendo decisivos dentro de la toma de medidas que son el pilar para que la empresa se desarrolle de manera óptima, por ello los factores determinantes son los siguientes:

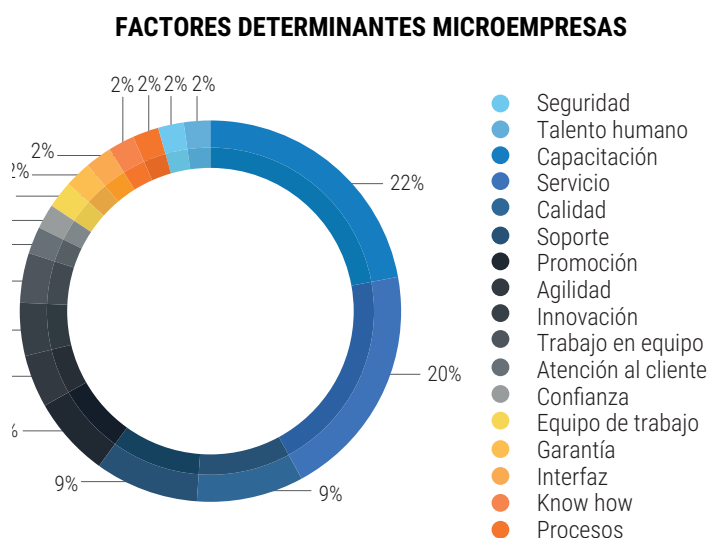


Figura 7. Factores determinantes microempresas
Fuente: Entrevistas

Como es evidente, los factores de éxito de las empresas son muy diversos, las cuales permiten que a largo plazo se adapten a la operación. Sin embargo, uno de los factores que han considerado los representantes de las empresas como exitosas es la aplicación en la capacitación, debido a que el mercado, los clientes, entre otros elementos que interactúan con las

empresas son cada vez más exigentes, por ello la capacitación es necesaria para el óptimo desarrollo, ya que un personal debe conocer muy bien que producto ofrece la empresa, como su constitución, aplicación y evaluación, para que a su vez el producto diseñado tenga el efecto deseado como el rendimiento óptimo.

El siguiente factor importante es el servicio, tanto como la intangibilidad que representa, este debe funcionar de tal manera que sea amistoso tanto con los usuarios como con los clientes, dado que el servicio es un recurso importante dentro de las empresas de base tecnológica, por ello la efectividad del servicio será medido en la satisfacción del cliente y en la disminución de la brecha que este tiene, por ello el servicio deberá contener principios de optimización tanto de recursos como de tiempo.

El tercer factor se compone de la calidad y el soporte; esto se debe a que la calidad es un determinante dentro de la perspectiva del cliente y para la competitividad, ya que un producto de calidad genera en el cliente confianza y da como resultado que las compras se repitan y que el

cliente se fidelice, bajando los costes de mantenimiento de este mientras que el soporte es la garantía que la empresa otorga hacia el cliente, da como resultado que el cliente confíe más y así lograr canalizarlo dentro de la fidelización, que será la catapulta hacia nuevos clientes.

Factores dentro de las pequeñas empresas

Cada empresa maneja sus políticas diferentes, por tanto las empresas pequeñas que han sido analizadas tienen una perspectiva de factores de éxito diferentes, ya que optan por medios que trascienden los tradicionales, en los cuales las microempresas manejan, mejorando el sentido de pertenencia con sus clientes y evolucionando, es por ello que los factores de las pequeñas empresas son las siguientes:

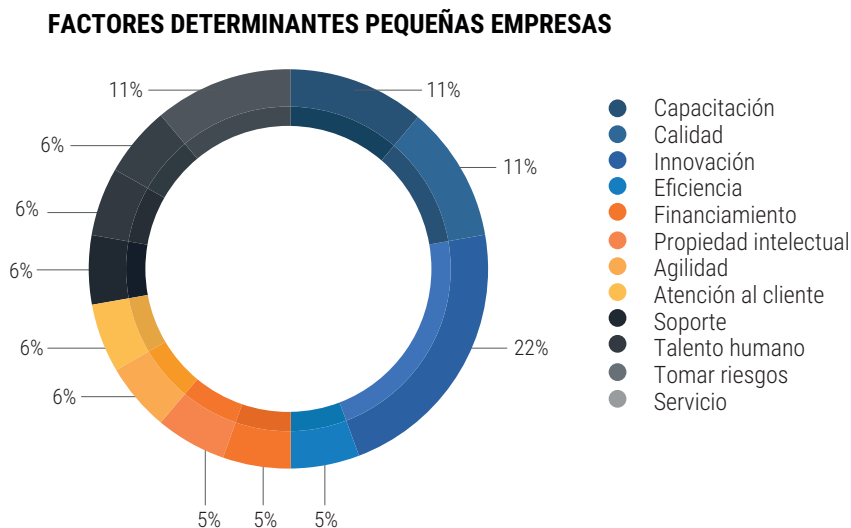


Figura 8. Factores determinantes pequeñas empresas

Fuente: Entrevistas

La mayor parte de participación es la innovación, debido a que las empresas siempre deben estar innovando, dado que el mercado cambia, por tanto, las necesidades del cliente también, por ello las empresas de mayor denominación optan por la mejora continua, lo que les permite mantenerse en el mercado y desarrollar más su know-how. Los siguientes factores pertenecen a las microempresas analizadas que son la calidad, capacitación y servicio; la calidad como anteriormente mencionado es parte vital de la operatividad de la empresa, ya que la calidad determina el desarrollo a largo plazo de las empresas y más siendo una empresa donde el software y productos similares son el principal objetivo, por tanto las empresas mantienen la garantía de manera como un recurso que no es negociable para el alcance de metas, la capacitación como antes mencionado también necesario para que el personal que interactúa con los clientes, como con la empresa puedan desarrollarse de mejor manera y el servicio debe contener el plus que las empresas de este tamaño buscan ofrecer, que es una amplia gama de servicios tanto internos como externos que buscan la integración de todos los recursos para entregar el servicio deseado por el cliente.

Conclusiones

Los resultados obtenidos han logrado identificar los factores claves de éxito de las empresas de base tecnológica en la ciudad de Cuenca determinados mediante información recopilada y el software de análisis cualitativo, señalando como los más representativos: capacitación, servicio, soporte, innovación, agilidad, talento humano y atención al cliente, que logran establecer dentro del éxito y así lograr comprender las variables que estas conllevan a desarrollar, para obtener los resultados esperados, así como también comportándose como la base sustentable para futuras empresas que vayan a ingresar en el mercado de base tecnológica.

Se logró determinar la situación de las empresas en los últimos cinco años, que permitió una percepción más amplia acerca de estas y su crecimiento en el mercado cuencano, lo cual les ha permitido mantenerse y crecer en los últimos años.

Referencias bibliográficas

- Collins, J. (2002). *Empresas que sobresalen* Bogotá: Editorial Norma.
- Córdoba, M. (2014). *Análisis financiero*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com>.
- García, J. A. C. (2005). "De la partida doble al análisis financiero". *Contaduría Universidad De Antioquia*, (46), 170-194. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/750060803?accountid=36552>
- Kotler, P. (2001). *Dirección de mercadotecnia: Análisis, planeación, implementación y control*. Recuperado de <http://miguelangelherrera.com/catedras/administracion-mercadotecnia/dmpk.pdf>
- Office of Technology Assessment. (s.f.). *¿Qué es una empresa de base tecnológica?* Recuperado de <http://www.biocampo.com.mx/Biocampo/EBT.html>.

- Rivera Rodríguez, H. (2012). "Perdurabilidad empresarial concepto, estudios, hallazgos". *Cuadernos de Administración*, 28 (47), pp. 103-113.
- Rivera Rodríguez, H. A. (2012). "Perdurabilidad empresarial: conceptos, estudios, hallazgos". *Universidad del Valle*, 28(47), pp. 103-113.
- Shearman, C. y Burrell, G. (1988). "New technology-based firms and the emergence of new firms: some employment implications". *New Technology, Work and Employment*, 3(2).
- Sanabria Landazábal, Néstor. (2012). "Perdurabilidad empresarial: Anotaciones teóricas". *Pensamiento & Gestión*, (32), pp. 190-224. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000100009&lng=en&tlng=es.
- Shearman, C. y Burrell, G. (1988). "New technology-based firms and the emergence of new firms: some employment implications". *New Technology, Work and Employment*, 3(2).
- Zabala, V. (2017). "Búsqueda de oportunidades de negocio". *Computerworld Ecuador*, 3000(303), pp. 28-29. Recuperado de <http://dp.hpublication.com/publication/514fc6bc/mobile/?alt=1>

XIV FORO

Internacional del
EMPREENDEDOR



ISBN: 978-9942-778-59-8

