



Empresas familiares, evolución o involución en mercados locales

Family businesses, evolution or involution in local markets

Empresas familiares, evolução ou involução nos mercados locais

Carlos Antonio Cevallos-Castro ^I

ccevallos1979@puce.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-8250-6504>

David Alejandro Zaldumbide-Peralvo ^{II}

dzaldumbide@puce.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-7969-7573>

Correspondencia: ccevallos1979@puce.edu.ec

Ciencias económicas y empresariales

Artículo de revisión

***Recibido:** 26 de enero de 2021 ***Aceptado:** 20 de febrero de 2021 * **Publicado:** 11 de marzo de 2021

- I. Ingeniero comercial, Máster en Administración de Empresas, Gerente de Empresa de Refrigeración Cevallos, Pontificia Universidad Católica de Ecuador, Sede Manabí, Ecuador.
- II. Ingeniera en Mercadotecnia, Máster en Ciencias Económicas, Docente de la Pontificia Universidad Católica de Ecuador, Sede Manabí, Ecuador.

Resumen

Las empresas familiares tienen gran importancia dentro de la realidad socioeconómica de cualquier país, es por esto que a través del tiempo se la ha venido considerando como parte esencial para el desarrollo de los mercados locales. Para esta investigación se planteó como objetivo analizar el comportamiento en el contexto de mercados laborales. Por otra parte, se utilizó un estudio de tipo cuali-cuantitativo con un nivel descriptivo y con un diseño de investigación documental, basado en el método analítico- sintético y bibliográfico, empleando como técnica de recolección de datos la encuesta, la cual fue dirigida a dueños e integrantes de empresas familiares del cantón Chone. Entre los resultados de la investigación, se encontró que un 84 % de los encuestados está de acuerdo con que las empresas familiares son de gran relevancia en la economía ecuatoriana, generando más negocios en la sociedad, aunado a ello, se obtuvo que el 84 % de los encuestados está de acuerdo en que las empresas familiares conforman una gran fuente de empleo lo que atribuye a un desarrollo económico social para la sociedad ecuatoriana. Del mismo modo, en investigaciones de otros autores se ha dado cuenta de que el 51% de la mano de obra empleada en Ecuador trabaja en empresas familiares. En este sentido, es importante destacar que este tipo de empresas son agentes claves para los nuevos procesos de globalización de la economía, esto debido a que van a generar empleo y procesos de emprendimiento.

Palabras claves: Empresa familiar; evolución; involución; mercados locales.

Abstract

Family businesses are very important within the socioeconomic reality of any country, which is why over time they have been considered as an essential part for the development of local markets. The objective of this research was to analyze behavior in the context of labor markets. On the other hand, a qualitative-quantitative study was used with a descriptive level and with a documentary research design based on the analytical-synthetic and bibliographic method, using as a technique the survey directed to the owners of family businesses in the Canton Chone. Among the results of the research, it was found that 84% of those surveyed agree that family businesses are of great relevance in the Ecuadorian economy, generating more business in society, in addition to this, it was obtained that 84% of those surveyed agree that family businesses are a great source of employment, which they attribute to economic and social development for Ecuadorian society. Similarly, research by other authors has found that 51% of the workforce employed in Ecuador

works in family businesses In this sense, it is important to emphasize that these types of companies are key agents for the new processes of globalization of the economy, this because they will generate employment and entrepreneurship processes.

Keywords: Family business; evolution; involution; local markets.

Resumo

As empresas familiares são de grande importância na realidade socioeconômica de qualquer país, por isso, ao longo do tempo, foram consideradas como parte essencial para o desenvolvimento dos mercados locais. O objetivo desta pesquisa foi analisar o comportamento no contexto dos mercados de trabalho. Por outro lado, utilizou-se um estudo qualitativo-quantitativo com nível descritivo e com delineamento de pesquisa documental baseado no método analítico-sintético e bibliográfico, utilizando como técnica a pesquisa dirigida aos proprietários de empresas familiares no Cantão de Chone. Dentre os resultados da pesquisa, constatou-se que 84% dos pesquisados concordam que as empresas familiares são de grande relevância na economia equatoriana, gerando mais negócios na sociedade, além disso, obteve-se que 84% dos pesquisados concordam que as empresas familiares são uma grande fonte de emprego, o que atribuem ao desenvolvimento econômico e social da sociedade equatoriana. Da mesma forma, pesquisas de outros autores descobriram que 51% da força de trabalho empregada no Equador trabalha em empresas familiares Neste sentido, é importante destacar que este tipo de empresas são agentes fundamentais para os novos processos de globalização da economia, até porque irão gerar processos de emprego e empreendedorismo.

Palavras-chave: Empresa familiar; evolução; involução; mercados locais.

Introducción

Una empresa es definida como una unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos (Sánchez Jiménez, 2015). Es importante que las empresas fomenten la creatividad para lograr los objetivos de innovación y producir cambios en la empresa que puedan aumentar la productividad empresarial, la competitividad en el mercado y responder a sus constantes cambios.

Un alto porcentaje de las empresas existentes en el mundo son familiares, las mismas hacen un gran aporte a la economía mundial y al país al que pertenecen. En aquellos estados desarrollados estas empresas alcanzan aproximadamente el 80% economía, mientras que en países en vía de desarrollo llegan a un 98%. En este sentido, es importante destacar que los individuos están influenciados por principios y valores, al mismo tiempo, las familias propietarias promueven los valores y principios de la sociedad y la familia en su empresa familiar; cada sistema tiene un propósito que motiva a los integrantes a pertenecer y a alcanzar los resultados esperados por la empresa familiar y de esta manera evolucionar o involucionar a través del tiempo (Gómez-betancourt et al., 2012).

En el entorno actual, el mercado local es una excelente competencia, el cual tiene sus respectivas ventajas y desventajas, pero su principal objetivo es crear fuentes de empleo para los ciudadanos, más aún cuando hay un gran porcentaje de desempleo a nivel nacional, tal como lo refiere Hruska, (2013); los mercados locales son la clave, pues se ha comprobado que entre el 60 y 70% de los egresos de las familias rurales son para alimentos. Esto ofrece una gran oportunidad a los mercados locales que tienen que satisfacer estas necesidades.

Las empresas familiares (EF) son la estructura productiva más antigua de la humanidad, representando un rol predominante en la economía de cada país. En el mundo, las empresas familiares representan más de dos tercios (2/3) de todas las compañías, llegando a ser uno de los pilares fundamentales para el desarrollo económico y social (Camino & Bermúdez, 2018). Las empresas familiares predominan en muchos países a nivel mundial, especialmente en Latinoamérica, ya que están ligadas a la vida económica y social, esto según lo manifiesta Goyzueta (2013); por otra parte, Avó (2007) menciona que las cifras muestran que entre el 65% al 80% de las empresas en el mundo son de tipo familiar y además generan el 50% del producto interno bruto a nivel global.

De acuerdo con un estudio de la Empresa Familiar de Ecuador realizado por la Universidad de Especialidades Espíritu Santo (UEES), el 90,5% de las empresas ecuatorianas registradas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros tenía una estructura de tipo familiar en 2017, mientras que un 7,9% de las empresas son de propiedad dispersa no familiar y el 1,7% de propiedad desconocida. Del conjunto de grandes empresas un 65,9% son de propiedad familiar, mientras que, en el segmento de empresas medianas este tipo de estructura representa un 88%, finalmente, las

empresas pequeñas y microempresas representan más del 90% como empresas familiares. (Méndez, Ayala & Palacios, 2019, p.9).

Las empresas familiares aportan de manera significativa en el desarrollo de toda economía debido a su gran contribución en la incidencia de la generación de empleo y el crecimiento económico, es por esto que, hoy en día incluso se fomentan los emprendimientos familiares a través de un bono otorgado por el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) para que empiecen a trabajar en las ideas de negocio y proyectos que ayuden a mejorar una realidad social.

Con relación a las consideraciones anteriores, es importante destacar que para esta investigación se planteó como objetivo, analizar la evolución y el impacto que tienen las empresas familiares en los mercados locales, para lo cual, se emplea una metodología de investigación cuantitativa, no experimental, de tipo descriptiva, que permitirá mirar la realidad en su contexto natural del ser humano, relacionado al comportamiento entre las personas, donde la conducta radica con el entorno, experiencias y conocimientos.

Aproximación conceptual sobre las empresas familiares

En primera instancia es importante destacar que una empresa es una organización o institución dedicada a actividades, que persiguen fines económicos o comerciales para satisfacer la demanda de bienes o servicios de la sociedad “la definición de la empresa como una unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos lleva aparejado el vínculo indisoluble entre la misma y la sociedad en la que se desarrolla.” (Sánchez Jiménez, 2015). Una empresa puede dedicarse a realizar actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos, (Sánchez Jiménez, 2015). Es importante que las empresas fomenten la creatividad para lograr los objetivos de innovación y producir cambios en la empresa que puedan aumentar la productividad empresarial, la competitividad en el mercado y responder a sus constantes cambios.

Históricamente, las primeras formas de organización de la actividad comercial e industrial constituyeron una extensión del sistema familiar. Sin embargo, durante mucho tiempo se le ha prestado poco interés a la existencia y relevancia económica de este tipo de empresas (Barroso Martínez & Barriuso Iglesias, 2014).

Las empresas familiares son una organización empresarial compuesta por uno o más miembros de la familia, y la toma de decisiones está influenciada por los miembros de la familia y sus propios

intereses, al respecto Roseel, (2013) menciona que “es un negocio donde los miembros de una determinada familia se unen entre sí para trabajar, tomar decisiones, cumplir ciertas tareas y distribuirse los beneficios de forma justa. Es bueno que la familia permanezca unida, siempre y cuando alguno de sus miembros no obstaculice la labor que le compete en el seno de la empresa. (Roseel, 2013). En este sentido es importante destacar que en Ecuador el 93% de las empresas, es decir que prácticamente todo el sector empresarial ecuatoriano es familiar. Ahí están comprendidas Pymes y grandes empresas, siendo las primeras las más preponderantes (Mera & Bermeo, 2017). Las empresas familiares son de gran relevancia, tanto en la economía mundial, como en la ecuatoriana. Estos negocios que pueden ser desde pequeños emprendimientos, hasta empresas de gran influencia en el mercado, conllevan para sus propietarios la exigencia de equilibrar la relación entre la familia y la empresa. (Martínez, 2018).

Entre los retos que enfrentan las empresas familiares están las propuestas por Altozano, (2012):

- a) Vencer los procesos de transición;
- b) Problemas estructurales y de flujo de efectivo;
- c) Problemas de sucesión, poca organización del crecimiento y cambio generacional;
- d) Falta de información en materia contable legal e impositiva;
- e) Conflictos familiares;
- f) Problemas de planeación estratégica;
- g) Falta de formación en los ámbitos empresa-familia por parte de los miembros de la familia;
- h) Falta de información.

Uno de los grandes retos que enfrentan muchas empresas es el poder convertir en área de oportunidad a todos los problemas que en el camino puedan ser enfrentados de la manera más eficiente. Las fortalezas y debilidades de una empresa familiar influyen mucho en el crecimiento de la misma. Al respecto, se destaca que “Las fortalezas y debilidades que presentan las empresas familiares podrían influir notablemente en sus orientaciones estratégicas y en el éxito alcanzado con las mismas. Las peculiaridades de estas empresas, derivadas de la superposición de los sistemas de gestión” (Lombardo & Martos, 2008).

Una empresa familiar que se oriente y enriquezca la gestión de sus procesos claves puede ganar un grupo de fortalezas como son las mencionadas por Ortega (2014):

- a) La optimización de los recursos.
- b) El aumento de la eficiencia y la eficacia.

- c) El incremento de la satisfacción de los clientes internos y externos.
- d) Reducción del tiempo dedicado a sus procesos claves.

Dentro del marco legal vigente, cada empresa familiar diseña una estrategia hereditaria particular que no puede ser prevista de antemano. Por lo general, en la mayoría de las empresas familiares, la falta de preparación de las generaciones sucesivas para manejar las demandas de una empresa creciente y una familia mucho mayor, genera una gran crisis (Quejada & Ávila, 2016). En este sentido, Maciel, (2013) aporta que “la funcionalidad de las estructuras de dirección, de propiedad y de operación de la empresa depende del reconocimiento de intereses y metas específicas de cada uno de los dos subsistemas interrelacionados familia- empresa y empresa-familia” (p.147).

El mercado está marcando nuevas tendencias y modelos de negocio, es por esto que las empresas familiares deben adaptarse a esta nueva situación para poder conservar su estadia; por lo tanto, hoy en día es fundamental contar con un software de gestión empresarial que maximice ingresos y resultados. En este sentido, es importante destacar que gracias al software la empresa se vuelve más eficiente, sus trabajadores más productivos, pero si se lo implementa de manera inadecuada priva a la empresa del valor total de productividad (García, 214).

Las empresas familiares en evolución o involución

Las empresas familiares han ido evolucionando cada vez más, logran esto un impacto positivo no solo a nivel mundial sino también local. Al respecto, Aldas, (2014) señala que:

Existen empresas familiares que han logrado crecer y mantenerse en el mercado y otras que han desaparecido con el paso del tiempo; a esto se le atribuye a que existen varios tipos de empresas familiares que no se desarrollan correctamente al no tener confianza en los miembros de la familia y la dirección estratégica que se lleva a cabo, los cuales son puntos importantes para el crecimiento de la empresa (p.11).

Para evitar la involución, toda empresa familiar debe responder adecuadamente a los problemas específicos que se le plantean a una familia empresaria, y en especial, los relacionados con la formulación de la planificación estratégica familiar, el gobierno familiar, la distribución y utilización de la riqueza creada por la empresa familiar, la formación y educación de la siguiente generación, el mantenimiento de unas fluidas relaciones familiares, la conservación del legado familiar o el mantenimiento de la unidad y el compromiso familiar con la empresa (Max, 2004).

Las empresas familiares transcurren, al igual que las no familiares, sin embargo, en tiempos donde

la economía va en descendencia y el entorno social y de salud está en tiempos de crisis, se corre el riesgo de que muchas empresas familiares decidan cerrar, otras que no se animen a abrir por miedo a tener grandes pérdidas económicas. Al respecto, Englisch (2020) menciona que la pandemia de Covid está provando severamente todos los atributos que dan a las empresas familiares ventaja competitiva es por esto que en momentos como este aquellas empresas necesitan una fuerte unidad familiar y los propietarios deben permanecer unidos y definir su compromiso con el negocio.

Mercado local

El mercado local es un mercado que atiende a mercados más pequeños, como provincias o ciudades por otra parte, Thompsos, (2016) apunta que este tipo de mercado es el que se desarrolla en una tienda establecida o en modernos centros comerciales dentro de un área metropolitana.

De hecho, Álvarez (2009) manifiesta que:

El mayor porcentaje de las empresas está orientado al mercado local, principalmente a actividades comerciales y en segundo lugar industriales. Según el Centro del Comercio Internacional (CCI), tan sólo entre un 5% y un 10% de las empresas se dedican a actividades de exportación; lo cual ubica a las MIPYME como una fuente de empresas a internacionalizar para que aprovechen los potenciales beneficios del mercado centroamericano como de los mercados internacionales, cuyo acceso se están facilitando con los procesos de negociación de acuerdos comerciales (p.5).

Las empresas familiares a menudo desarrollan estrategias limitadas a cubrir las necesidades de sus clientes en los mercados locales donde actúan (García, 2010). Por otra parte, Bastos et al., (2016) señala que:

Las empresas familiares se están dando cuenta de que el proceso de internacionalización no es un proceso agresivo, costoso y riesgoso a nivel financiero, de mercado y de pérdida de control de la propiedad, sino que, al contrario, busca diversificar la oferta exportable de las empresas familiares y evitar la dependencia única del mercado local y nacional (p.68).

Ante un mercado dinámico y cambiante, es importante que las empresas familiares tengan en cuenta las siguientes prioridades para impulsar su crecimiento, especialmente en los próximos dos años: ser más innovadores, incrementar los márgenes de beneficio y diversificar sus productos y servicios. Las empresas familiares batan a los índices locales de sus mercados. En todos los países

analizados las empresas familiares obtienen una rentabilidad superior a la generada por los índices locales para niveles de riesgo similares (IEF, 2015).

Modelo evolutivo tridimensional

El modelo evolutivo tridimensional es formulado por Gersick, Davis, Mc Collon y Lansberg (1997), quienes se apoyan en el trabajo de Tagiuri y Davis, e introducen en el modelo de los tres círculos una dimensión evolutiva (Molina et al., 2016). Este modelo permite comprender la relación que genera la interacción entre subsistemas en diferentes momentos de la empresa a lo largo del tiempo. Es fundamental analizar con detenimiento los cambios existentes entre los tres círculos básicos de la Empresa Familiar (familia, empresa, propiedad). Este modelo da una visión del proceso de crecimiento de la Empresa Familiar (Molina, 2012).

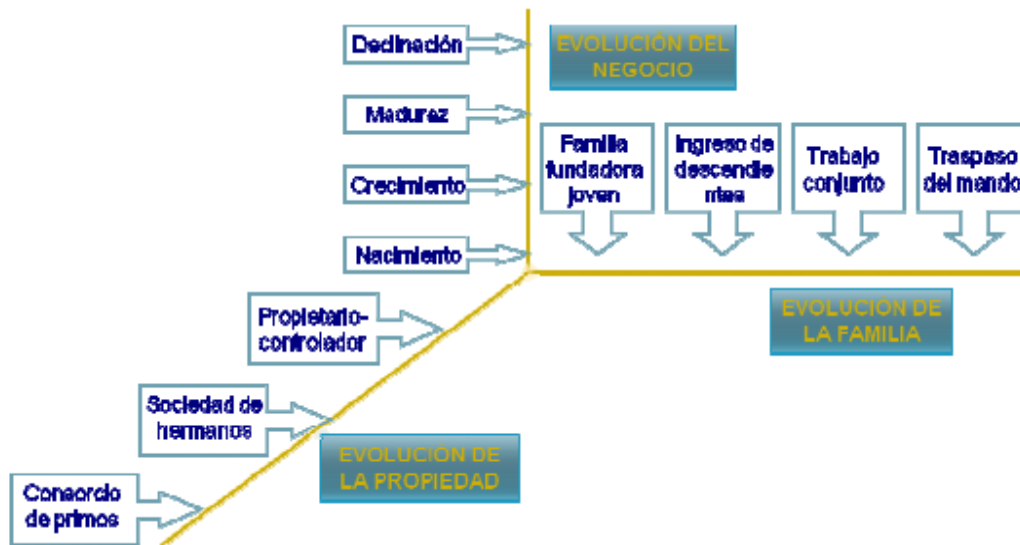
Este modelo surge de incorporar la variable tiempo al “Modelo de los tres círculos” (empresa – familia – propiedad)

En cada una de las etapas de crecimiento de la empresa familiar se conjuga una serie de planes y estructuras que varían para cada sistema según lo propuesto por Goyzueta (2013):

- 1) Con relación a la propiedad, las juntas de accionistas y los consejos de administración,
- 2) Con relación a la familia, el consejo de familia y el plan de familia, y
- 3) Con relación al negocio, el desarrollo de un plan y una estructura gerencial. En las intersecciones de los círculos se enfatiza el plan de sucesión (entre el sistema propiedad y el sistema familia) y el plan estratégico (entre el sistema propiedad y el sistema negocio)

Este modelo es considerado de gran aporte ya que permite entender que hay diferencias entre las diversas empresas familiares, de forma que una empresa familiar será distinta en función de la fase en que reencuentre respecto a cada una de las tres dimensiones es decir la familia, empresa, propiedad (Tojeira, 2016).

Figura 1: Evoluciones



Fuente: Modelo Evolutivo Tridimensional. El cambio como una oportunidad. Gersik K, Lansberg I, Desjardins M. (2003=

Materiales y métodos

Para este estudio, se utilizó una metodología cuantitativa, no experimental de tipo documental; descriptiva, lo que nos permite alcanzar el objetivo planteado en el presente artículo de investigación, logrando analizar el impacto que tienen las empresas familiares para el desarrollo de los mercados locales, presentes en cantón Chone, partiendo de la documentación teórica de la evolución y la importancia que representan las empresas familiares para el desarrollo de los mercados locales del Ecuador, y el suministro de información a través de la encuesta como técnica de recolección de datos, que Arias (2006, p. 72), define como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismo, o en relación con un tema particular. El universo del estudio lo conforman 1.088 Empresas presentes en Chone, según el Servicios de rentas internas (2020).

La Población y muestra: la población que comprende el presente artículo de investigación está compuesta por: 589 pequeñas y medianas empresas ubicadas en cantón Chone, según el Servicios de rentas internas (2020). Para el cálculo de la determinación de la muestra se utiliza una fórmula resaltada por Bomba F, (2018) que se menciona a continuación:

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

En la cual N es el Número de población, Z el nivel de confianza (90%), P la probabilidad de éxito 50%, Q la probabilidad de error 50%, y d: margen de error 5%. Lo cual arrojo un resultado, que de esta población se tome una muestra de 232 empresas para aplicar los instrumentos de recolección de información a 232 personas entre ellos dueños e integrantes de empresas familiares del cantón Chone, con la finalidad de obtener información relevante del tema de estudio mediante datos que más adelante serán plasmados con porcentajes, logrando todo esto sin la manipulación de variables que cambien intencionalmente la naturaleza del objeto estudiado.

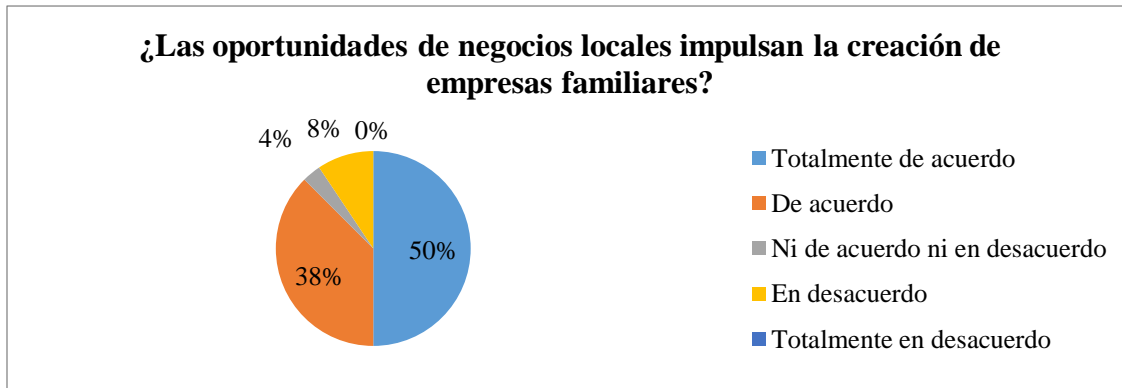
Análisis y discusión de resultados

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta dirigida a los dueños de las empresas familiares de Chone, se obtienen los siguientes datos:

Tabla 1: Preguntas

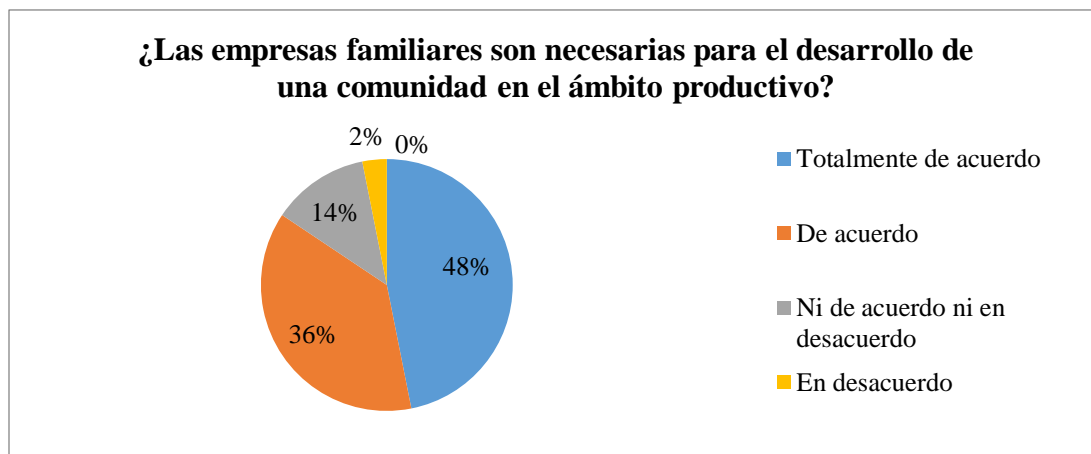
PREGUNTA	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
¿Las oportunidades de negocios locales impulsan la creación de empresas familiares?					
¿Las empresas familiares son necesarias para el desarrollo de una comunidad en el ámbito productivo?					
¿Los grupos familiares promueven la confiabilidad en los negocios de las empresas?					
¿Las empresas familiares son de gran relevancia en la economía generando más negocios?					
¿Las empresas familiares generan oportunidades de empleo y desarrollo social en Ecuador?					
¿La familia facilita el clima organizacional dentro de las empresas?					
¿Las propiedades familiares facilitan la creación de los negocios familiares dentro de los mercados de Ecuador?					
¿La creación de los negocios son motivados por la familia?					
¿Las empresas familiares, mejoran la relación familiar?					
¿Es importante promover la creación de empresas familiares en todos los países para la evolución de los mercados locales?					

Gráfico 1: Las oportunidades de negocios locales impulsan la creación de empresas familiares



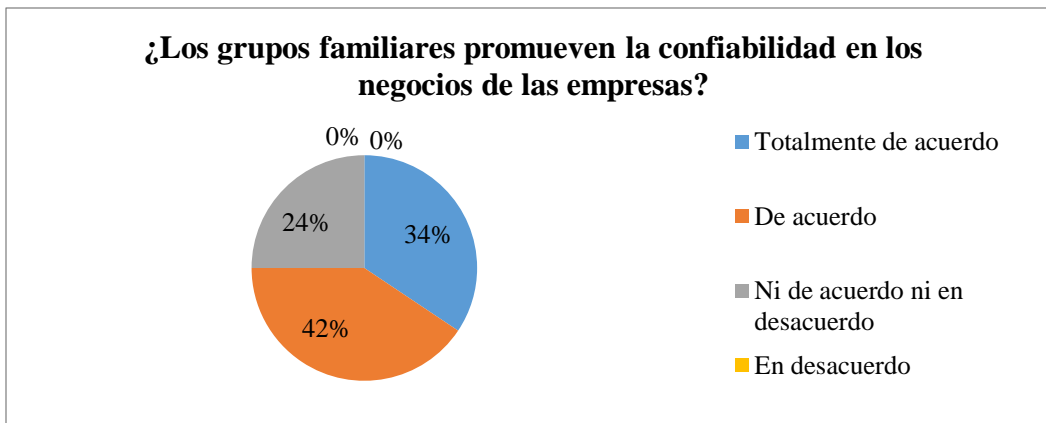
Análisis: El presente gráfico resalta que el 50 % (116 personas) respondieron que están totalmente de acuerdo con las oportunidades de negocios locales impulsan la creación de empresas familiares, el 38% (88 personas) respondieron estar de acuerdo, el 8% (18 personas) Respondieron no estar de acuerdo y el 4% (9 persona) Respondió que no está ni de acuerdo pero tampoco está en desacuerdo.

Gráfico 2: Las empresas familiares son necesarias para el desarrollo de una comunidad en el ámbito productivo



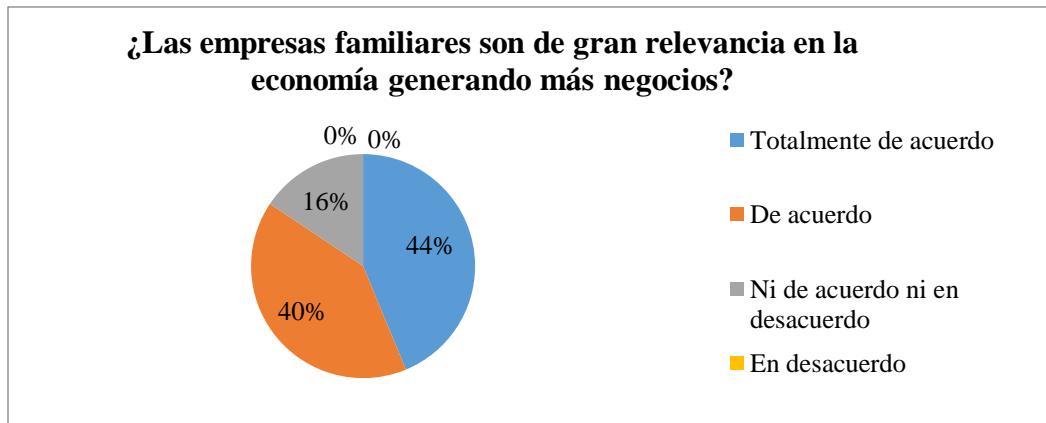
Análisis: En el gráfico mostrado se resaltan los siguientes resultados: el 48% (111 personas) respondieron que están totalmente de acuerdo de que las empresas familiares son necesarias para el desarrollo de esta comunidad del cantón Chone, en el ámbito productivo, el 36% (83 personas) respondieron que estaban de acuerdo, el 14% (32 personas) respondieron que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 2% (4 personas) respondieron estar en desacuerdo.

Gráfico 3: Los grupos familiares promueven la confiabilidad en los negocios de las empresas



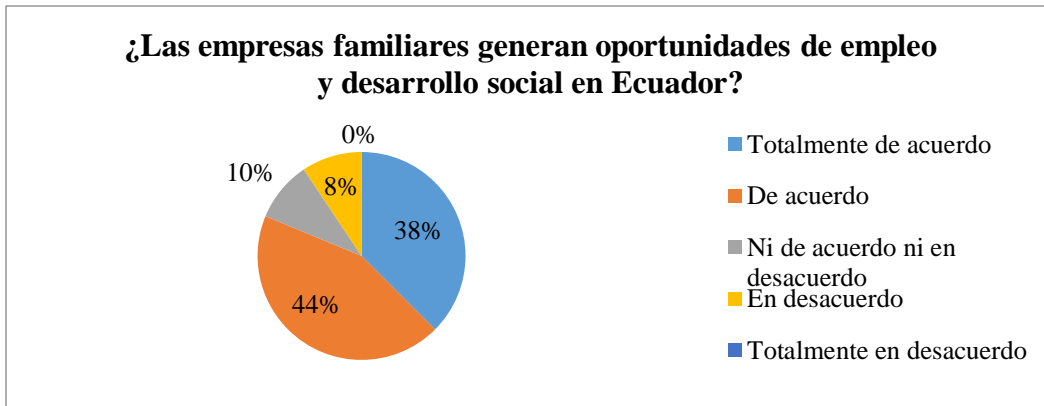
Análisis: El 42 % (97 personas) respondieron que están de acuerdo con que los grupos familiares promueven la confiabilidad en los negocios de las empresas, en cambio el 34% (79 personas) están totalmente de acuerdo y el 24% (56 personas) ni están de acuerdo ni en desacuerdo en que los grupos familiares promueven la confiabilidad en los negocios de las empresas.

Gráfico 4: Las empresas familiares son de gran relevancia en la economía generando más negocios



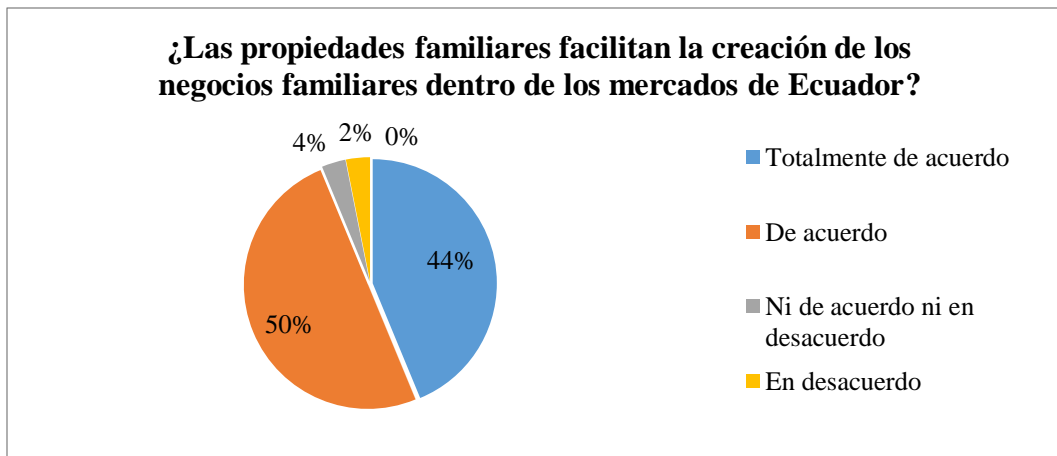
Análisis: En el grafico se resaltan los siguientes resultados: el 44% (102 personas) respondieron que están totalmente de acuerdo con que las empresas familiares son de gran relevancia en la economía generando más negocios, el 40% (93 personas) están de acuerdo y el 16% (37 personas) no estaban ni de acuerdo ni en desacuerdo de que las empresas familiares son de gran relevancia en la economía generando más negocios.

Gráfico 5: Las empresas familiares generan oportunidades de empleo y desarrollo social en Ecuador



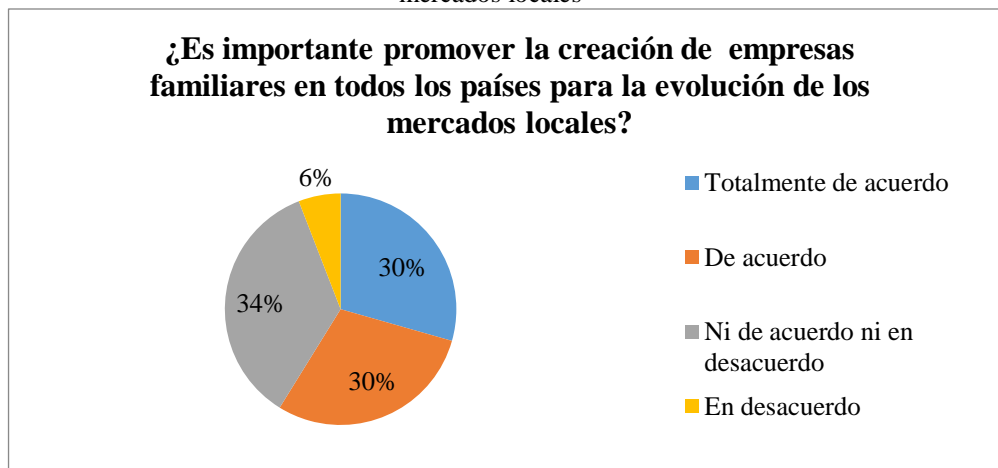
Análisis: el 44% (102 personas) respondieron que están de acuerdo que las empresas familiares generan oportunidades de empleo y desarrollo social en Ecuador, el 38% (88 personas) dijeron que están totalmente de acuerdo, el 10% (23 personas) ni están de acuerdo ni tan poco en desacuerdo y el 8% (19 personas) dijeron que están desacuerdo.

Gráfico 6: Las propiedades familiares facilitan la creación de los negocios familiares dentro de los mercados de Ecuador



Análisis: El 50 % (116 personas) respondieron que están de acuerdo con que las propiedades familiares facilitan la creación de los negocios familiares dentro de los mercados del Ecuador, en cambio el 44% (102 personas) están totalmente de acuerdo y el 4% (9 personas) ni están de acuerdo ni en desacuerdo y el 2% (4 persona) está en desacuerdo.

Gráfico 7: Es importante promover la creación de empresas familiares en todos los países para la evolución de los mercados locales



Análisis: El 34 % (79 personas) respondieron que ni están de acuerdo ni en desacuerdo de acuerdo en promover la creación de empresas familiares en todos los países para la evolución de los mercados locales, en cambio el 30% (69 personas) están totalmente de acuerdo, el 30% (70 personas) están de acuerdo y el 6% (14 personas) están en desacuerdo.

Discusión

Entre los resultados de la investigación, destaca que un 50 % de la muestra encuestada está totalmente de acuerdo con que las oportunidades de negocios locales impulsan la creación de empresas familiares, lo cual es cotejable con los resultados obtenidos por Ortiz, Campos, Alvarado y Alcívar (2019), quienes concluyeron que en Ecuador hay una cantidad significativa de EF en el área comercial, industrial y de servicios que por su importancia ostentan un papel preponderante en la economía del país, impulsando la economía local en provincias como Pichincha, Guayas, Manabí, Azuay y El Oro, entre otras. Aunado a estos resultados se tiene que el 84% de los encuestados están Totalmente de acuerdo y de acuerdo con que las EF son necesarias para el desarrollo de una comunidad en el ámbito productivo, esto puede compararse con lo obtenido por Zambrano y Vegas, (2020) quienes concluyen lo siguiente: “las empresas familiares representan una parte del tejido empresarial global de suma importancia para la composición de un mercado productivo que parte de una filosofía individual hasta convertirse en colectiva”. (P. 13)

Por su parte, el 84 % de los encuestados está de acuerdo en que las empresas familiares son de gran relevancia en la economía ecuatoriana, generando más negocios en la sociedad. Lo que

concuera con lo determinado por Camino & Bermúdez (2018), cual en el desarrollo del estudio de investigación indicó que: “las empresas familiares son una pieza importante en el desempeño económico del Ecuador, ya que representan una gran cantidad de compañías”. A su vez, en esta vinculación se refleja otro resultado obtenido en el presente estudio de investigación, en el cual el 84 % de los encuestados está de acuerdo en que las empresas familiares conforman una gran fuente de empleo lo que atribuye a un desarrollo económico social para la sociedad ecuatoriana. Del mismo modo respecto al tema, Patricio (2018) en su artículo de investigación refleja como resultado que “el 51% de la mano de obra empleada en Ecuador trabaja en empresas familiares, este porcentaje es alto si compara con el 30% que alcanza Argentina, no obstante, países como México y Perú, llegan a 90 y 75% respectivamente”.

Para finalizar, se resaltan los resultados de la investigación, en cuanto a lo establecido por los encuestados, quienes indican en un 76%, que las empresas familiares promueven la confiabilidad interna, y otro de los resultados indican que en un 94 % las mismas manejan un mejor clima organizacional, lo que concuerda con lo resaltado por Barroso & Barriuso (2014), en su estudio de investigación el cual establece que “el entusiasmo por parte de la familia desarrolla un compromiso adicional y una mayor lealtad de su fuerza laboral. Del mismo modo, es necesario mantener dicho compromiso y dicha lealtad no sólo entre los miembros de la familia, sino también entre los empleados no familiares, haciéndoles sentir parte de la empresa”.

En conclusión a toda esta discusión, se resalta la importancia que tienen las empresas familiares, en el desarrollo económico y social en todo el territorio Ecuatoriano.

Conclusiones

Existen tres factores esenciales que hay que tener en claro para el éxito de una empresa familiar: La Familia, Los Negocios, y La Propiedad. Partiendo de la vinculación eficiente de estos tres factores, se promueve la evolución económica y social dentro de una empresa familiar. Del desarrollo del contexto del presente artículo, se promueve la importancia que representa las empresas familiares para la economía del país, y el impacto positivo que tienen las mismas en la sociedad, representando hasta un 93% de las empresas en la actualidad dentro del territorio ecuatoriano.

El desarrollo de las empresas familiares representa un impacto sumamente positivo en la economía social, no solo por la extensa cadena existente de empresas familiares en el país, si no por las

grandes cantidades de empleos que estas ofrecen para la ciudadanía. Los propietarios e integrantes de empresas familiares presentes en el cantón Chone, a pesar de conocer el significado en contexto de lo que es una empresa familiar, desconocen de la importancia de las mismas para el desarrollo económico en las comunidades. Existe un notable porcentaje de representantes de empresas familiares que consideran a las mismas como un factor clave para el desarrollo del país, por lo cual, se incentiva a promocionar estudios que promuevan el conocimiento del valor y la importancia que representan las empresas familiares para toda la sociedad en general.

Referencias

1. Aldas, A. (2014). Universidad Tecnica de Ambato. Sistemas Inteligentes Para Domicilios y Edificios., 10. <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/13279/1/FCHE-EBS-1519.pdf%0Ahttp://es.slideshare.net/Andysebas1/domotica-42887798>
2. Acevedo, Á. E. (2014). Gestión del conocimiento y desarrollo organizacional en instituciones de régimen disciplinario. *Sapienza Organizacional*, 1(2), 125-146.<https://repositorio.unan.edu.ni/7830/1/18329.pdf>
3. Altozano, P. B. (2012). Empresa Familiar. <http://dev.pue.itesm.mx/DoctoradoNebrija/Alumno.AnaLagunes/Entregables/ENSAYO%20SOBRE%20EMPRESA%20FAMILIA R.pdf>
4. Alvarez, M. (2009). Manual de la micro, pequeña y mediana empresa: una contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas. Recuperado de [Consulta: 27 de Abril del 2020]. CEPAL, GTZ Diciembre 2009, 105. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2022/1/Manual_Micro_Pequenha_Mediana_Empresa_es.pdf.
5. Arias, F, (2006). El proyecto de investigación, Introducción a la metodología, Caracas - Venezuela.
6. Avó, M. (2007). Empresas familiares. *Revista de Administração de Empresas*, 47(3), 131–131. <https://doi.org/10.1590/s0034-75902007000300011>
7. Barroso Martínez, A., & Barriuso Iglesias, C. (2014). Las Empresas Familiares. *La Agricultura Y La Ganadería Extremeñas En 2014*, 1–94. <http://www.dinero.com/pais/articulo/las-empresas-familiares-milenarias/66311>

8. Bastos, L., Vásquez, E., & López, Y. (2016). Factores que determinan la dinámica de las empresas familiares y su reto con la internacionalización* Factors determining the dynamics of family businesses and the internationalization challenge. 28–11.
9. Camino, S., & Bermúdez, N. (2018). Las Empresas Familiares en el Ecuador: Definición y aplicación metodológica. *X-Pedientes Económicos*, 2(3), 46–72. <http://www.elcomercio.com/actualidad/empresas->
10. CECONTA. (2016). Empresas Familiares : La Importancia de la Implementación de un Sistema Administrativo-Contable y la Incidencia del Nuevo Código Unificado de la Nación - C . P . Sergio A . Antista – Universidad. 191–205.
11. Englisch, P. (n.d.). Family Businesses y COVID-19 : Nuestro apoyo y recomendaciones. 1–4.
12. García, C. P. (2014). La Importancia de Ma- nejar un Software Es- pecializado en una Empresa de Autotrans- porte de la Región La-. 1(1).
13. Gómez-betancourt, G., Bernardo, J., & Ramírez, B. (2012). E mpresas Introducción. 8(2), 38–49.
14. Goyzueta, I. S. (2013). Modelo de gestión para las empresas familiares con perspectivas de crecimiento y sostenibilidad management model for the family businesses that assures growth , stability and long-term life cycle. Departamento de Administracion,Economia y Finanzas, 87–132.
15. Goyzueta, I. S. (2013). Modelo de gestión para las empresas familiares con perspectivas de crecimiento y sostenibilidad management model for the family businesses that assures growth , stability and long-term life cycle. Departamento de Administracion,Economia y Finanzas, 87–132.
16. Hruska, A. (2013). Agricultura familiar y acceso a mercados. <http://www.fao.org/3/a-i3464s.pdf>
17. IEF. (2015). Una visión de la empresa familiar excelente. Instituto de La Empresa Familiar, 1–84.
18. Lombardo, F., & Martos, V. (2008). Razones Para Crecer En La Empresa Familiar : Reasons To Grow in the Family Firm : Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa, 14, 15–34.

19. Maciel, A. S. (2013). La empresa familiar en México Situación actual de la investigación. *Contaduría y Administración*, 58(2), 135–171. [https://doi.org/10.1016/s0186-1042\(13\)71213-0](https://doi.org/10.1016/s0186-1042(13)71213-0)
20. Martínez, V. G. V. (2018). Mecanismos de exigibilidad del protocolo familiar para promover la continuidad de las empresas familiares en Ecuador. <http://repositorionew.uasb.edu.ec/handle/10644/6466>
21. Mera, P., & Bermeo, C. (2017). Importancia de las empresas familiares en la economía de un país. *Revista Publicando*, 4(12), 506–531. <http://www.instituto-ohiggins.com/wp-content/uploads/2018/08/EMPRESAS-FAMILIARES.pdf>
22. Molina, A. (2012). El modelo de empresa familiar: los cuatro pilares fundamentales. *El Modelo de Empresa Familiar: Los Cuatro Pilares Fundamentales*, 1(3), 1.
23. Molina, P., Botero, S., & Montoya, J. (2016). Empresas de familia: conceptos y modelos para su análisis Family business : concepts and models for analysis. *Pensamiento Y Gestión*, 41, 116–149. <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n41/n41a06.pdf>
24. Nava, M., Cuatepotzo, L., & Rodríguez, C. (2020). Liderazgo en Empresas Familiares Leadership in Family Businesses. 9(17), 1–6.
25. Ortega, J. (2014). Elementos Necesarios Para Lograr El Éxito En. *Ecotec*.
26. Quejada, R., Ávila, J. (2016). Empresas familiares: Conceptos, teorías y estructuras Family-owned Companies: Definition, Theories and Structures. 81, 149–158. <http://www.scielo.org.co/pdf/eand/n81/n81a08.pdf>
27. Roseel, J. P. (2013). Plan De Sucesión De La Mype Familiar “ Salón De Té San Miguel ” En La Ciudad De Trujillo. Facultad De Ciencias Económicas Y Empresariales.
28. Sánchez Jiménez, V. (2015). La Redefinición Del Papel De La Empresa En La Sociedad. *Revista Barataria*, 20. <https://doi.org/10.20932/rbcs.v0i20.17>
29. Thompsos, I. (2016). Tipos de estrategias de mercado. *Homs*, 6(7), 5. <http://www.escuelamanagement.eu/estrategia-internacional/tipos-de-estrategias-de-mercado>
30. Tojeira, J. M. (2016). La empresa Familiar. *Realidad Empresarial*, 2. <https://doi.org/10.5377/reuca.v0i2.5883>.
31. e gestão para empresas familiares que garante crescimento, estabilidade e longo prazo de vida. *Departamento de Administração, Economia e Finanças*, 87-132.

32. Goyzueta, I. S. (2013). Modelo de gestão para empresas familiares que garante crescimento, estabilidade e longo prazo de vida. Departamento de Administração, Economia e Finanças, 87-132.
33. Hruska, A. (2013). Agricultura familiar e acesso a mercados. <http://www.fao.org/3/a-i3464s.pdf>
34. IEF. (2015). Uma visão de excelente empresa familiar. Institute of Family Business, 1-84.
35. Lombardo, F., & Martos, V. (2008). Razões para crescer na empresa familiar: Razões para crescer na empresa familiar: European Research on Business Management and Economics, 14, 15–34.
36. Maciel, A. S. (2013). A empresa familiar no México Situação atual da investigação. Accounting and Administration, 58 (2), 135–171. [https://doi.org/10.1016/s0186-1042\(13\)71213-0](https://doi.org/10.1016/s0186-1042(13)71213-0)
37. Martínez, V. G. V. (2018). Mecanismos de aplicabilidade do protocolo familiar para promover a continuidade das empresas familiares no Equador. <http://repositorionew.uasb.edu.ec/handle/10644/6466>
38. Mera, P., & Bermeo, C. (2017). Importância das empresas familiares na economia de um país. Publishing Magazine, 4 (12), 506–531. <http://www.instituto-ohiggins.com/wp-content/uploads/2018/08/EMPRESAS-FAMILIARES.pdf>
39. Molina, A. (2012). O modelo de empresa familiar: os quatro pilares fundamentais. O Modelo de Empresa Familiar: Os Quatro Pilares Fundamentais, 1 (3), 1.
40. Molina, P., Botero, S., & Montoya, J. (2016). Empresa familiar: conceitos e modelos de análise Empresa familiar: conceitos e modelos de análise. Pensamento e gestão, 41, 116-149. <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n41/n41a06.pdf>
41. Nava, M., Cuatepotzo, L., & Rodríguez, C. (2020). Leadership in Family Businesses Leadership in Family Businesses. 9 (17), 1–6.
42. Ortega, J. (2014). Elementos necessários para alcançar o sucesso em. Ecotec.
43. Ortiz, K., Campos, E., Alvarado, M., y Alcívar, C. (2019) Análisis de las empresas familiares en Ecuador desde una óptica multivariante. Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. XXV, núm. 4, 2019. Universidad del Zulia. Disponible en <https://www.redalyc.org/jatsRepo/280/28062322012/html/index.html>

44. Quejada, R., Ávila, J. (2016). Empresas Familiares: Conceitos, Teorias e Estruturas. *Empresas Familiares: Definição, Teorias e Estruturas*. 81, 149-158. <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n81/n81a08.pdf>
45. Roseel, J. P. (2013). Plano de Sucessão da Família Mype "Salón de Té San Miguel" na cidade de Trujillo. Faculdade de Economia e Negócios.
46. Sánchez Jiménez, V. (2015). A redefinição do papel da empresa na sociedade. *Revista Barataria*, 20. <https://doi.org/10.20932/rbcs.v0i20.17>
47. Thompsos, I. (2016). Tipos de estratégias de mercado. *Homs*, 6 (7), 5. <http://www.escuelamanagement.eu/estrategia-internacional/tipos-de-estrategias-de-mercado>
48. Tojeira, J. M. (2016). Negócios da família. *Business Reality*, 2. <https://doi.org/10.5377/reuca.v0i2.5883>
49. Zambrano, C., y Vegas, H. (2020) Gerencia del propósito estratégico. Una oportunidad de innovación en empresas familiares. *Revista Polo del Conocimiento*. Disponible en <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/1549/html>

©2019 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).