

El Emprendimiento Ferretero como Base para un Modelo de Negocio: caso Tungurahua-Ecuador

Jordán Vaca, Jorge Enrique¹

Universidad Técnica de Ambato, Ambato-Ecuador

jorgeejordan@uta.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-8260-4419>

Jordán Vaca, Diego Mauricio²

Universidad Técnica de Ambato, Ambato-Ecuador

djordan@graiman.com

<https://orcid.org/0000-0002-9107-216X>

Recibido: 04/08/20

Aceptado: 13/09/20

RESUMEN

El emprendimiento es una actividad de innovación que permite satisfacer las necesidades del cliente. Es por ello que, el objetivo de este trabajo es realizar un estudio sobre el emprendimiento ferretero como base para un modelo de negocio en la provincia de Tungurahua-Ecuador, que fomente el análisis del entorno interno y externo del mercado. Por tal razón, se llevaron a cabo dos métodos de investigación, el primero el bibliográfico-documental y el segundo el cuantitativo a través de la encuesta basada en factores comerciales del sector ferretero. Finalmente, el modelo de negocio planteado garantiza la estabilidad económica-financiera de esta actividad, al analizar y comprender el funcionamiento comercial respecto a cada una de las áreas (financiera, ejecución y talento humano) que lo conforma en cuanto al objeto de estudio.

Palabras clave: Emprendimiento; sector ferretero; modelo de negocio; factores, áreas.

The ironmongery entrepreneurship as base for a business model: case Tungurahua-Ecuador

ABSTRACT

The entrepreneurship is an innovation activity that allows satisfying the client's needs. For this reason, the objective of this work is do a study of the ironmongery entrepreneurship as base for a business model: case Tungurahua-Ecuador, that encourages the analysis of the internal and external environment of the market. For

¹ Docente e Investigador Titular Agregado de la Universidad Técnica de Ambato UTA, Ecuador.

² Gerente Comercial de la Zona Centro, GRAIMAN CIA.LTDA., Ecuador.

this reason, two research methods were carried out, the first the bibliographic-documentary and the second the quantitative through the survey based on commercial factors in the hardware sector. Finally, the proposed business model guarantees the economic-financial stability of this activity, by analyzing and understanding the commercial operation with respect to each of the areas (financial, execution and human talent) that make it up in terms of the object of study.

Keywords: Entrepreneurship; ironmonger sector; business model; factors; areas.

Introducción

El emprendimiento ferretero constituye una actividad comercial que permite el desarrollo económico de un territorio. Por tal razón, el objeto de estudio conlleva al planteamiento de un modelo de negocio basado en los factores comerciales del sector. Además, el crecimiento de este tipo de estudio en los últimos años se debe a la trascendencia que supone la creación de empresas en beneficio de la sociedad.

En tal sentido, para los autores (Cardona, Vera, & Tabares, 2014); (Blackwell, 2015), el emprendimiento proviene del francés *entrepreneur* que significa proceso, acción e iniciativa para llevar a cabo una idea (ponerla en práctica), la cual debe cumplir con tres parámetros: 1) plantear y tomar la decisión, 2) desarrollar la idea de negocio y 3) tener la capacidad de sostenerla. Según (Gutiérrez & Asprilla, 2016), es un proceso o proyección avanzada que surge del estancamiento en los sectores tradicionales, y por ende se convierte en una combinación de generación de conocimientos, iniciativas en progreso y proyectos a realizar. Mientras que para (Velásquez, 2017); (Ayoade, Adegbuyi, & Ogunnaike, 2018), es la actividad idónea que una persona (emprendedor) lleva a cabo en una economía que busca crecer de forma progresiva y permanente.

Cabe mencionar que para (Marulanda, Montoya, y Vélez, 2014); (Zamora, 2018), el emprendimiento se origina por una necesidad u oportunidad. El primero NEA (*Necessity Entrepreneurship Activity*), se basa en aquellos emprendedores que crean una empresa no porque quieran ser independientes, sino porque no

encuentran otra forma para subsistir, mientras que la segunda OEA (*Opportunity Entrepreneurship Activity*), lo realizan las personas que perciben una oportunidad de negocio y crean empresa como una opción de sustentabilidad.

De esta manera, el emprendimiento ferretero se convierte en una parte fundamental para el desarrollo local, el cual es definido como el beneficio que la sociedad recibe al satisfacer las necesidades y la solución de problemas en cuanto a las demandas de la comunidad (Álvarez, 2013); (Gómez & Mitchell, 2014). Es por ello, que a través de la cultura de innovación y emprendimiento se fortalecen las ideas de bienestar y desarrollo de la sociedad; y se crea un entorno competitivo que facilite la generación y consolidación de empresas (Sparano, 2014); (Martínez, Camargo, Ortiz, e Izquierdo, 2019). Se alude que el emprendimiento es una disciplina científica dedicada al estudio metodológico de los emprendedores, la función comercial y la creación de entidades en el sector ferretero.

En ese sentido, existen dimensiones que permiten identificar potencialidades y limitaciones de las ideas de negocio, las cuales son: dimensión del entorno (considera el capital, acceso a proveedores y consumidores, disponibilidad de soporte de servicios), dimensión del individuo (analiza las necesidades, propensión a la toma de riesgo, satisfacción del trabajo), dimensión de la organización (relacionado con la diferenciación, el coste total de liderazgo, variables geográficas) y dimensión del proceso (considera el mercado de productos y servicios, respuesta de la sociedad, generación de oportunidades) (Julca, 2012); (Cardona, Vera, y Tabares, 2014); (García, 2018); (Ojeda, 2019). Por tanto, se alude que cada una de las dimensiones permitirá realizar un análisis externo e interno en cuanto al tipo de emprendimiento en beneficio de una sociedad.

Ahora bien, para (Martínez & Carmona, 2014); (Osterwalder & Pigneur, 2017); (Altamirano, Quispe, & Medina, 2017); (Paredes & Gutiérrez, 2018) un modelo de negocio o diseño de negocio es un mecanismo que analiza el entorno

interno y externo, el cual conforma una planificación estratégica que abarca: el área financiera (inversiones e ingresos), el área de ejecución (tipo de productos) y el área de talento humano (proveedores y clientes), mismo que permite atraer clientes que garanticen el éxito dentro del mercado. Seguidamente, a criterio de los autores (Sánchez, Rojas, & Herranz, 2015); (Molina, Armenteros, & López, 2018), es un sistema que sintetiza la propuesta de valor y permite identificar patrones de relación con el cliente, los proveedores, inversionistas, entre otros.

Cabe señalar, que el modelo de negocio cumple funciones como: identificar un segmento de mercado, articular la proposición de valor, definir el esquema (estructura) de la cadena de valor, describir la posición de la empresa, estimar los costes y proveer el presupuesto, formular la estrategia competitiva y potenciar los beneficios (Ricart, 2012); (Trimi & Berbegal, 2012); (Spieth, Lundberg, & Matzler, 2014).

Por ello, en referencia a (Zott & Amit, 2012); (Décaro, Soriano, y Ocaña, 2017) crean valor para distintas partes (accionistas, clientes, proveedores), dado a que la innovación en el modelo de negocio se convierte en una herramienta competitiva potencial poderosa y con ello las desventajas económicas pueden traducirse en una ventaja de rendimiento sostenible, considerando el diseño del modelo negocio (contenido, estructura y forma de gestión).

De hecho, la provincia de Tungurahua al tener una ubicación estratégica en el país permite que el comercio tenga un crecimiento muy importante en todos los modelos de negocio que se ofertan (Berdegué y Modrego, 2013); (IICA, 2014), esta es una razón lógica para que el potencial emprendedor se arriesgue a fomentar y crear negocios que permitan satisfacer las necesidades de propietarios-clientes. Según, el aporte de (ACF International, 2013); (AEI, 2014); (Herruzo, Hernández, & Sánchez, 2019) se determina que el emprendedor ferretero arriesga su capital y talento, convirtiéndose en un modelo de negocio que de acuerdo a la situación

actual se mantiene, debido a la demanda de la construcción de viviendas e infraestructura.

Es indispensable mencionar que para el año 2016 en Ecuador había 3449 ferreterías pequeñas (micro PYME) que representaban el 77,93% del total de entidades dedicadas a este modelo de negocio (Revista Fierros, 2016). Además, el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2017), determinó que el sector ferretero generó ventas por \$1.700 millones, al destacar líneas innovadoras del mercado, como por ejemplo, el hierro figurado que ayuda a optimizar el proceso de corte y doblado del hierro corrugado; los pernos de anclaje para los muros y excavaciones; los empastes, entre otros (El Oficial, 2018).

Sin embargo, existen limitantes para su crecimiento, es decir poca solvencia económica, incremento de costos, nuevas tecnologías, políticas inestables, entre otros (Echeverría, 2019). De esta manera, la problemática identificada es que el emprendimiento ferretero debe contar con una estructura organizacional que anteceda a estas limitaciones. Por tanto, se recalca la importancia de un modelo de negocio, puesto que es la clave para el éxito de una empresa.

En tal sentido, el objetivo de este trabajo es realizar un estudio sobre el emprendimiento ferretero como base para un modelo de negocio en la provincia de Tungurahua-Ecuador según factores comerciales de este sector. Es así que, se obtuvo información como: 1) Causas generales para el emprendimiento ferretero, 2) Tipologías del emprendimiento, 3) Ubicaciones geográficas de los emprendimientos, 4) Ingresos promedios de los emprendimientos, 5) Principales productos para la comercialización, 6) Principales proveedores de material ferretero. Cabe indicar que los resultados son del primer semestre del año 2016. Además, esto se complementa con el análisis de los resultados y un modelo de negocio según la estructura del análisis externo e interno del entorno.

Materiales y métodos

El estudio se basa en dos métodos, el primero el bibliográfico-documental puesto que se consultó de libros, artículos científicos, revistas especializadas y tesis doctorales indizadas en las bases de datos Springer Journals, Google Académico, Academy of Entrepreneurship Journal y Microsoft Academic Search referente al tema, lo cual permitió realizar un análisis-síntesis para llegar a las conclusiones.

El segundo, el método cuantitativo debido a que se recabó información mediante la ejecución de la encuesta, lo cual permitió recolectar y analizar los datos del objeto de estudio. Por tanto, es una investigación no experimental en razón de que se ha recabado información del emprendimiento ferretero como base para un modelo de negocio en la provincia de Tungurahua-Ecuador según factores comerciales de este sector y no se induce a que se dé otras respuestas sobre la temática.

Por tal razón, se elige un muestreo probabilístico (muestreo aleatorio estratificado) y la población se enfoca en el sector ferretero de la provincia de Tungurahua-Ecuador, misma que se basa en el estrato: emprendimiento ferretero del primer semestre del año 2016, convirtiéndose en una población finita, para el respectivo cálculo de la muestra.

De esta manera, la población la integró treinta (30) emprendimientos ferreteros, a los cuales se aplicó una encuesta bajo el método de preguntas estructuradas (respuesta múltiple). Para comprobar la validez de este instrumento, se sometió a la evaluación de expertos en el área comercial, las cuales determinaron que el contenido, formulación y redacción de las respuestas mide en forma específica la variable en estudio.

Asimismo, el cálculo de confiabilidad del instrumento de recolección de datos se estableció a través de la ejecución de una prueba piloto a cinco (5) empresas de

la misma naturaleza, con lo cual se obtuvo un índice de alfa de Cronbach de 0,96 considerado de alta confiabilidad. Finalmente, se consideraron recomendaciones mencionadas para la precisión del estado del arte del autor (Monsalve, 2015).

Resultados

Una vez aplicado el instrumento de recolección de datos se utilizó el programa SPSS, para posteriormente realizar el análisis respectivo de los resultados, con la finalidad de proporcionar las tabulaciones, clasificaciones, registros o simplemente las codificaciones que permiten explicar el objeto de estudio. A continuación el detalle:

Causas generales del emprendimiento ferretero

Durante el proceso de investigación se determinaron las causas relevantes para emprender el negocio de ferretería, recopilados de la opinión de los treinta (30) locales aperturados y distribuidos en la provincia de Tungurahua-Ecuador, lo cual se confrontó con el basamento teórico de la investigación. El detalle a continuación:

Tabla 1.- Causas generales EF

Causa	Frecuencia	Porcentaje
Independencia Laboral	5	17%
Inversión de Capital	20	67%
Desempleo	3	10%
Nueva fuente de ingresos	2	6%
Total	30	100%

Fuente: elaboración propia (2016)

La tabla 1, demostró que las causas para el emprendimiento ferretero con el 67% es la inversión de capital, seguido de independencia laboral con un 17%, lo cual refleja que los individuos buscan una actividad empresarial que satisfaga las necesidades del propietario y cliente.

Por tanto, se evidencia que los resultados obtenidos anteriormente concuerdan con lo establecido por (Martínez & Carmona, 2014); (Osterwalder & Pigneur, 2017); (Altamirano, Quispe, & Medina, 2017); (Paredes & Gutiérrez, 2018), los cuales plantean que es un mecanismo que analiza el entorno interno y externo, conformado por una planificación estratégica que abarca: el área financiera (inversiones e ingresos); mientras que (Marulanda, Montoya, y Vélez, 2014); (Zamora, 2018), mencionan que el emprendimiento se origina por una oportunidad (OEA-*Oportunity Entrepreneurship Activity*), donde las personas perciben una opción de sustentabilidad.

Finalmente, los postulados anteriores se apegaron a los resultados debido a que señalan que las causas relevantes para emprender el negocio de ferretería se basa en inversión o independencia (oportunidad), lo cual permite obtener un beneficio al propietario a través de la demanda del cliente.

Tipologías de los emprendimientos

En el primer semestre del año 2016 en la provincia de Tungurahua-Ecuador se comprobó el total de treinta (30) locales aperturados y distribuidos de acuerdo a la tipología, lo cual se confrontó con el basamento teórico del objeto de estudio. A continuación el detalle:

Tabla 2.- Tipologías del emprendimiento

Tipología	Frecuencia	Porcentaje
Acabados	6	20%
Distribuidor - Recorredor	1	3%
Ferretería en general	18	60%
Material eléctrico	4	14%
Pintureros	1	3%
Total	30	100%

Fuente: elaboración propia (2016)

De acuerdo a la información obtenida la tipología de emprendimiento que resaltó es la de ferretería en general con un total de dieciocho (18) de treinta (30) locales aperturados y distribuidos, por tal razón se recalca que este emprendimiento tiene acogida en el mercado de la provincia de Tungurahua.

En este sentido, se comprobó que los resultados van a la par con lo propuesto por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2017), al determinar que el sector ferretero generó ventas por \$1.700 millones, al destacar líneas innovadoras del mercado.

Por tanto, se determina que este tipo de emprendimiento es indispensable para el desarrollo económico de un país, ciudad o región; sin embargo, la innovación es relevante puesto que la demanda puede variar debido a factores internos o externos del mercado.

Ubicaciones geográficas de los emprendimientos

En el proceso de investigación se determinó que los emprendimientos se ubican en diversos puntos o ciudades, recopilados de la opinión de los treinta (30) locales aperturados y distribuidos en la provincia de Tungurahua-Ecuador, lo cual se confrontó con el basamento teórico de la investigación. El detalle a continuación:

Tabla 3.- Ubicaciones geográficas de los emprendimientos

Tipología	Ambato	Montalvo	Salasaca	San Pedro de Pelileo	Santiago de Pillaro	Frecuencia
Acabados	5			1		6
Distribuidor- Recorredor	1					1
Ferretería en general	12	1	3	1	1	18
Material eléctrico	4					4
Pintureros	1					1

Total	23	1	3	2	1	30
--------------	----	---	---	---	---	----

Fuente: elaboración propia (2016)

En la tabla 3, se especificaron las ciudades (Ambato, Montalvo, Salasaca, San Pedro de Pelileo y Santiago de Píllaro) aledañas a la provincia de Tungurahua-Ecuador, en este caso: ferretería en general tiene mayor acogida en la ciudad de Ambato (Capital de Tungurahua-Ecuador), seguido por acabados con una frecuencia de 5, lo que demostró que un emprendimiento ferretero es una actividad idónea en una provincia altamente comercial, a criterio de (Berdegué & Modrego, 2013); (IICA, 2014).

Finalmente, los postulados anteriores se apegaron a los resultados puesto que señalan que la provincia de Tungurahua-Ecuador al tener una ubicación estratégica en el país permite que el comercio tenga un crecimiento muy importante a nivel nacional, lo cual garantiza la estabilidad económica de esta actividad.

Ingresos promedios de los emprendimientos

En el primer semestre del año 2016 en la provincia de Tungurahua-Ecuador se comprobó de un total de treinta (30) locales aperturados y distribuidos, los ingresos promedios de los emprendimientos, lo cual se confrontó con el basamento teórico del objeto de estudio. A continuación el detalle:

Tabla 4. Ingresos promedios de los emprendimientos

Tipología	Valor de compra
Acabados	\$ 6.132
Distribuidor-Recorredor	\$ 7.906
Ferretería en general	\$ 43.771
Material eléctrico	\$ 18.056
Pintureros	\$ 3.313
Total	\$ 79.178

Fuente: elaboración propia (2016)

Por medio del análisis de la información obtenida se evidenció que ferretería en general tiene ingresos promedios de \$ 43.771 y materiales eléctricos \$18.056. De esta manera, este tipo de emprendimiento se convierte en una actividad rentable en pro de la sociedad.

En este sentido, los resultados concuerdan con lo mencionado por (Velásquez, 2017); (Ayoade, Adegbuyi, & Ogunnaike, 2018), es la actividad idónea que una persona (emprendedor) lleva a cabo en una economía que busca crecer de forma progresiva y permanente; mientras que el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2017), determinó que el sector ferretero generó ventas por \$1.700 millones, lo que destaca una alta demanda de mercado.

Principales productos para la comercialización

En el proceso de investigación se estableció un top diez de productos que más demanda tienen en los locales de emprendimientos, recopilados de la opinión de los treinta (30) locales aperturados y distribuidos en la provincia de Tungurahua-Ecuador, lo cual se confrontó con el basamento teórico de la investigación. El detalle a continuación:

Tabla 5.- Principales familias de productos para la comercialización

Top	Producto
1	Cable eléctrico
2	Material de ferretería
3	Tubería
4	Material eléctrico
5	Empastes
6	Pintura
7	Material de gasfitería
8	Herramientas eléctricas
9	Herramientas agrícolas
10	Zinc

Fuente: elaboración propia (2016)

En la tabla 5, los productos que destacaron fueron: cable eléctrico, material de ferretería, tubería, empastes, entre otros; lo cual reflejó que este tipo de

emprendimiento debe centrarse en la comercialización de los mismos, ya que tiene una alta demanda de mercado.

Por tanto, se evidenció que los resultados obtenidos anteriormente concuerdan con lo establecido por (Julca, 2012); (Cardona, Vera, y Tabares, 2014); (García, 2018); (Ojeda, 2019), al mencionar que en el proceso de comercialización se considera tanto los productos como los servicios. Mientras que, la revista (El Oficial, 2018) manifiesta que entre las líneas innovadoras del mercado se encuentra los empastes.

De esta manera, los postulados anteriores se apegan a los resultados debido a que sustentan que el emprendedor ferretero debe considerar los principales productos para la comercialización, en este caso los empastes seguido de cable eléctrico, material de ferretería, tubería, entre otros; lo cual es parte de las líneas de innovación que todo cliente busca y necesita al momento de satisfacer una necesidad.

Principales proveedores de material ferretero

Según el giro de negocio de ferreterías existe una gran variedad de proveedores disponibles, es por ello que para la investigación se seleccionaron las empresas que destacan o sobresalen de acuerdo al ranking de ventas (Ekos Negocios, 2016). A continuación el detalle:

Tabla 6.- Principales proveedores de material ferretero

Ranking de ventas	Empresas
43	Comercial Kywi S.A.
45	Gerardo Ortiz e Hijo Cía. Ltda.
161	Promesa
186	Trecx Cía. Ltda.
219	Ferremundo S.A.
275	Megaprofer S.A.
293	Importador Ferretero Trujillo
402	Importadora comercial el hierro Cía. Ltda.

449	Demaco, distribuidora de equipos y materiales de construcción Gómez Cía. Ltda.
839	Ferretería Espinoza

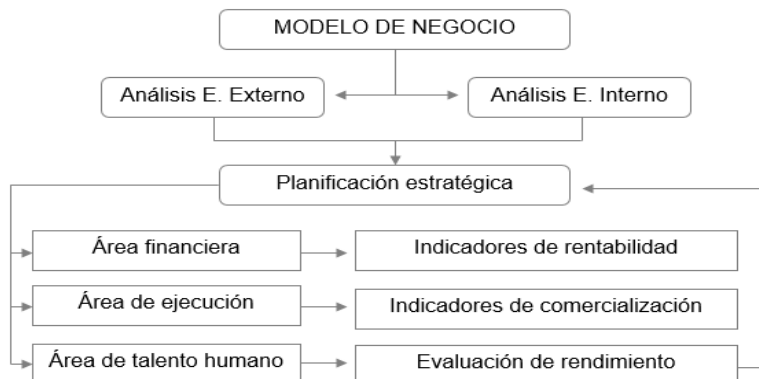
Fuente: Adaptado de (Ekos Negocios, 2016); *Ranking 1.000 Ecuador 2016*

Los datos obtenidos demuestran que existen diferentes proveedores de material ferretero, entre los que destaca Comercial Kywi, Gerardo Ortiz e Hijos Cía. Ltda., Promesa, entre otros; mismos que permiten que los emprendimientos creen una estabilidad comercial.

En este sentido, se comprobó que los resultados van a la par con lo propuesto por (Sánchez, Rojas, & Herranz, 2015); (Molina, Armenteros, & López, 2018), al mencionar que es un sistema que permite identificar patrones de relación con el cliente, los proveedores, inversionistas, entre otros. Por tanto, se alude que los proveedores son indispensables en esta actividad puesto que permiten atraer clientes que garanticen el éxito dentro del mercado.

Ahora bien, el diseño del modelo que a continuación se presenta en la Figura 1, fortalece el funcionamiento comercial del emprendimiento ferretero en la provincia de Tungurahua-Ecuador. A continuación, se explica cada uno de los componentes que integran el modelo para su futura implementación:

Figura 1.- Modelo de negocio



Fuente: elaboración propia (2017)

El modelo que se presenta parte de un análisis situacional (interno y externo), que se logra con la valoración de los factores comerciales que influyen en el sector ferretero en la provincia de Tungurahua-Ecuador. Posteriormente, se centra en la Planificación Estratégica a través de tres áreas fundamentales:

- **Área financiera:** comprende la determinación de indicadores de rentabilidad, como, por ejemplo: las causas generales (inversión de capital) del emprendimiento ferretero y los ingresos promedios, con la finalidad de optimizar los recursos que se emplean en el desarrollo de esta actividad, garantizando así a los emprendedores la estabilidad económica-financiera.
- **Área de ejecución:** apoya las acciones diarias de las diferentes áreas de una entidad desde el punto de vista de la gestión hasta la toma de decisiones, pues permite realizar un seguimiento apropiado y secuencial de los indicadores de comercialización. Es decir, para este caso de estudio se resalta el seguimiento de las tipologías y las principales familias de productos para la comercialización, puesto que la demanda del mercado es relativa ya que la provincia de Tungurahua-Ecuador es altamente comercial.
- **Área de talento humano:** tiene el objetivo de dirigir, potenciar y motivar de manera activa a todos los que conforman este tipo de emprendimiento. Es por ello, que se encargan de los proveedores y clientes (evaluación de rendimiento), como se puede observar en la investigación, se resalta a los principales proveedores de material ferretero y la ubicación geográfica en la que se encuentran los clientes, resaltando que la ciudad de Ambato (Capital de Tungurahua-Ecuador) es el lugar donde existe mayor demandan del producto ferretero.

Finalmente, el emprendimiento ferretero como base para un modelo de negocio según los factores comerciales logra: 1) Generación de empleo en un total de ochenta y tres (83) personas en emprendimiento ferretero realizado en el primer semestre del año 2016, 2) Ingresos promedios rentables, 3) Aumento de

recaudación de impuestos, 4) Generación de nuevos modelos de negocio especializados. En tal sentido, las empresas deben contar con un modelo de negocio para beneficio del propietario y cliente, puesto que son la razón de ser de una actividad comercial.

Conclusiones

Al llegar a este punto de la investigación, acerca del emprendimiento ferretero como base para un modelo de negocio en la provincia de Tungurahua-Ecuador según factores comerciales de este sector, en el que se aplicó el instrumento de recolección de datos para realizar un análisis estadístico y confrontación de la parte teórica, se plantea las siguientes conclusiones:

En el mercado ferretero los productos tendencia son: cable eléctrico, material de ferretería, tubería, empastes, pintura, entre otros; los cuales generan ingresos rentables siendo fundamental para la estabilidad de los emprendedores. Además, la provincia de Tungurahua-Ecuador es aquella donde el cliente acude con frecuencia a comprar los diversos productos.

Continuamente, el modelo de negocio que se propone en base al emprendimiento ferretero, constituye una herramienta indispensable para esta actividad comercial, pues los componentes que lo conforman: área financiera, área de ejecución y área de talento humano, contribuyen al perfeccionamiento de los diversos factores comerciales que oferta el emprendedor y que pueden proporcionar ingresos significativos a la organización.

Finalmente, se recalca que el emprendedor ferretero debe asociar su actividad con un modelo de negocio que le permita analizar la situación actual del entorno y con ello tomar decisiones asertivas que potencien su labor. Asimismo, debe contar con proveedores que certifiquen la entrega de los productos que

demanda el mercado para con ello garantizar la estabilidad económica de esta actividad.

Referencias consultadas

- ACF International (2013). **La persona emprendedora y la idea de negocio**. Fondo Social Europeo. Madrid, España
- AEI (2014). **Ecuador, un país emprendedor e innovador en el 2020**. Unctad. Quito, Ecuador
- Altamirano, Julio; Quispe, Joselyn; y Medina, Patricio (2017). *Modelo de gestión administrativo para equipos de fútbol profesional: caso Tungurahua-Ecuador*. **Revista Iberoamericana de contaduría, economía y administración (RICEA)**. Extraído de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6059253> Volumen 6, Número 12, (Pp. 1-24). Itzá, México. Consultado: 24/08/2019
- Álvarez, César (2013) **Innovación, competitividad y nuevos modelos de negocio. Sinergia e innovación**. Extraído de: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/332789> Volumen 1, Número 8, (Pp. 1-16). Lima, Perú. Consultado: 19/12/2016
- Ayoade, Ezekiel; Adegbuyi, Omotayo; & Ogunnaike, Olaleke (2018). **Entrepreneurs' Commitment and Business Performance in a Recessed Economy**. Academy of Entrepreneurship Journal. Extraído de: https://www.researchgate.net/publication/326305746_ENTREPRENEURS%27_COMMITMENT_AND_BUSINESS_PERFORMANCE_IN_A_RECESSED_ECONOMY Volumen 24, Número 1, (Pp. 11-22). New York, Estados Unidos. Consultado: 18/04/2019.
- Berdegúe, Julio; y Modrego, Félix (2013). **De Yucatán a Chiloé: dinámicas territoriales en América Latina**. Primera edición. Buenos Aires, Argentina. Editorial Teseo
- Blackwell, Wiley (2015). **Entrepreneurship: theory and practice. Business and International Management**. Extraído de: <https://www.scimagojr.com/journalsearch.php?q=100147318&tip=sid> Volumen 3, Número 57, (Pp. 224-245). New York, Estados Unidos. Consultado: 10/11/2016
- Cardona, Marleny; Vera, Luz; y Tabares, Juliana (2014) **Las dimensiones del emprendimiento empresarial: la experiencia de Los programas cultura E.**

- y fondo emprender en Medellín.** Center for Research in Economics and Finance. Extraído de: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2459621 Volumen 8, Número 15, (Pp. 1-64). Medellín, Colombia. Consultado: 11/11/2016
- Décaro, Laura; Soriano, María; y Ocaña, Raymundo (2017). **Los modelos de negocios y las tecnologías de la información y comunicación.** *Revista Académica de Investigación.* Extraído de: <https://www.eumed.net/rev/tlatemoani/26/modelos-negocios.pdf> Volumen 26, Número 3, (Pp. 170-188). Madrid, España. Consultado: 29/04/2018
- Echeverría, Mónica (2019). **El modelo de franquicias como estrategia de crecimiento del sector ferretero de la ciudad de Guayaquil.** Tesis doctoral. Universidad Santiago de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador
- Ekos Negocios (2016) **Revista Ekos** presenta: ranking 1.000 Ecuador 2016. Extraído de: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/revista-ekos-presenta-ranking-1.000-ecuador-2016>
- El Oficial (2018). **Significativo avance del sector ferretero nacional.** El Oficial. Extraído de: <https://www.eloficial.ec/significativo-avance-del-sector-ferretero-nacional/> Volumen 4, Número 14, (Pp. 1-2). Guayaquil, Ecuador. Consultado: 17/07/2019
- García, Andrés (2018). **Beneficiarios directos e indirectos.** Cuarta edición. Madrid, España: Editorial ESIC.
- Gómez, Hernando; & Mitchell, Daniel (2014). **Innovación y emprendimiento en Colombia - Balance, perspectivas y recomendaciones de política: 2014-2018.** Fedesarrollo. Extraído de: https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/149/CDF_No_50_Marzo_2014.pdf?sequence=3&isAllowed=y Volumen 3, Número 50, (Pp. 1-94). Bogotá, Colombia. Consultado: 14/07/2016
- Gutiérrez, Jahir, & Asprilla, Elimeteh (2016). *Estado del arte del emprendimiento empresarial en materia de Ciencia, Tecnología e Innovación.* *Revista Universitaria Ruta.* Extraído de: <https://revistas.userena.cl/index.php/ruta/article/view/795/0> Volumen 18, Número 2, (Pp. 1-25). Consultado: 01/12/ 2018
- Herruzo, Ezequiel; Hernández, Brizeida; & Sánchez, José (2019). **Emprendimiento e innovación: oportunidades para todos.** Tercera edición. Madrid, España. Editorial Dykinson, S.L

- IICA (2014). **Desarrollo de los agronegocios en América Latina y el Caribe**. Segunda edición. Madrid, España. Editorial San José C.V
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (2017). *Impulsado por construcción, sector ferretero creció 46,8%*. **El Universo**. Extraído de: <https://www.eluniverso.com/noticias/2013/06/13/nota/1020076/impulsado-construccion-sector-ferretero-crecio-468> Volumen 2, Número 3, (Pp. 1-2). Quito, Ecuador. Consultado: 12/04/2019
- Julca, Ema (2012). **Evaluación de factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de turismo. Economía y empresas**. Extraído de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=104303> Volumen 2, Número 34, (Pp. 1-24). Lima, Perú. Consultado: 24/12/2016
- Martínez, Emilia; & Carmona, Eva (2014). **El Modelo de Negocio como base del éxito empresarial: una revisión teórica**. Tesis doctoral. Universidad de Almería. Madrid, España
- Martínez, Gil; Camargo, Isis; Ortiz, Fidel e Izquierdo, Daniel (2019). *Emprendimiento e innovación, un reto para la universidad ecuatoriana*. **Espacios**. Extraído de: <http://www.revistaespacios.com/a19v40n21/a19v40n21p16.pdf> Volumen 40, Número 21, (Pp. 1-7). La Habana, Cuba. Consultado: 03/12/2019
- Marulanda, Flor; Montoya, Iván; y Vélez, Juan (2014). *Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento*. **Revista científica pensamiento y gestión**. Extraído de: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/6711> Volumen 14, Número 36, (Pp. 206-238). Madrid, España. Consultado: 27/09/2015
- Molina, Víctor; Armenteros, María; y López, Sandra (2018). **Modelo de negocio e innovación: experiencia del laboratorio de competitividad empresarial de las PYME**. Quinta edición. Madrid, España. Editorial Plaza y Valdés S.A.
- Monsalve, María (2015). *Estado del arte de la investigación sobre argumentación y escritura multimodal desde una perspectiva didáctica*. **Revista Lasallista de Investigación**. Extraído de: <http://repository.lasallista.edu.co:8080/ojs/index.php/rldi/article/view/848/598> Volumen 12, Número 2, (Pp. 215-224). Medellín, Colombia. Consultado: 14/12/2017
- Ojeda, Marisol (2019). **Emprendimiento**. Publicado: 12/11/2019. Colombia.

- Osterwalder, Alexander; & Pigneur, Yves (2017). **Generación de Modelos de Negocio**. Cuarta edición. Madrid, España. Editorial Inamen.
- Paredes, César; & Gutiérrez, Eduardo (2018). **Modelo de gestión basado en el marketing estratégico para la empresa Megaprofer S.A.** Tesis doctoral. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Ambato, Ecuador.
- Revista Fierros (2016). *Proyecciones ferreterías 2016*. **Revista Fierros**. Extraído de: <https://fierros.com.co/ediciones/> Volumen19, Número 2. (Pp. 1-2). Guayaquil, Ecuador. Consultado: 09/12/2018
- Ricart, Joan (2012). **Modelo de Negocio: el eslabón perdido en la dirección estratégica**. **Universia Business Review**. Extraído de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3090363> Volumen 5, Número 23, (Pp. 11-25). Madrid, España. Consultado: 14/08/2016
- Sánchez, Juan; Rojas, José; & Herranz, José (2015). **Innovación en el periodismo emprendedor deportivo. Modelo de negocio y narrativas**. **Idus**. Extraído de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5101357> Volumen 24, Número 3, (Pp. 265-273). Madrid, España. Consultado: 18/07/2017
- Sparano, Humberto (2014). *Emprendimiento en América Latina y su impacto en la gestión de proyectos*. **Revista Dimensión Empresarial**. Extraído de: <http://www.scielo.org.co/pdf/diem/v12n2/v12n2a08.pdf> Volumen 12, Número 2, (Pp. 95-106). Madrid, España. Consultado: 25/11/2016
- Spieth, Patrick; Lundberg, Hans; & Matzler, Kurt (2014). **Business Model Innovation from an Entrepreneurial Perspective**. **International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management**. Extraído de: https://www.researchgate.net/publication/263217274_Business_Model_Innovation_from_an_Entrepreneurial_Perspective Volumen 18, Número 4, (Pp. 261-265). New York, Estados Unidos. Consultado: 26/02/2016
- Trimi, Silvana; & Berbegal, Jasmina (2012). **Business model innovation in entrepreneurship**. **International Entrepreneurship and Management Journal**. Extraído de: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-012-0234-3> Volumen 8, Número 17, (Pp. 449-465). New York, Estados Unidos. Consultado: 23/11/2017
- Velásquez, José (2017). **El emprendimiento en la teoría económica. Emprendimiento**. Extraído de: https://www.researchgate.net/publication/297816205_EL_EMPRENDIMIENTO_EN_LA_TEORIA_ECONOMICA Volumen 9, Número 1, (Pp. 1-13). Caracas, Venezuela. Consultado: 15/09/2018

- Zamora, Clarisa (2018). *La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador*. **Espacios**. Extraído de: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf> Volumen 39, Número 7, (Pp. 1-12). La Habana, Cuba. Consultado: 20/06/2019
- Zott, Christoph; & Amit, Raphael (2012). *Innovación del modelo de negocio: creación de valor en tiempos de cambio*. **Universia Business Review**. Extraído de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3090402> Volumen 23, Número 7, (Pp. 108-121). Madrid, España. Consultado: 30/12/2016

©2020 por el autor. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia de Creative Commons Reconocimiento – No Comercial 4.0 Internacional (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).