



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Resolución: RPC-SO-22-No.477-2020- CES

PROYECTO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER

Título del artículo

Evaluación del potencial de los emprendimientos en la provincia de Pichincha

Línea de Investigación:

Gestión integrada de organizaciones y competitividad sostenible

Campo amplio de conocimiento:

Administración

Autor/a:

Víctor Ismael Rodríguez Tapia

Tutor/a:

Mg. Ana Lucía Tulcán Pastás

Quito – Ecuador

2022

APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, Ana Lucía Tulcán Pastás con C.I: 0401371083 en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación titulado: Evaluación del potencial de los emprendimientos en la provincia de Pichincha.

Elaborado por: Víctor Ismael Rodríguez Tapia, de C.I: 1717325292, estudiante de la Maestría: Administración de Empresas, de la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL)**, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Magister, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., 27 de agosto de 2022

Firma

DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE



Yo, Víctor Ismael Rodríguez Tapia con C.I: 1717325292, autor/a del proyecto de titulación denominado: Evaluación del potencial de los emprendimientos en la provincia de Pichincha. Previo a la obtención del título de Magister en Administración de Empresas, mencion.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar el respectivo trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Tecnológica Israel los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor@ del trabajo de titulación, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital como parte del acervo bibliográfico de la Universidad Tecnológica Israel.
3. Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de prosperidad intelectual vigentes.

Quito D.M., 27 de agosto de 2022

Firma

Tabla de contenidos

APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE	iii
INFORMACIÓN GENERAL	7
Contextualización del tema	7
Problema de investigación.....	9
Objetivo general	9
Objetivos específicos	10
Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos:	10
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL ARTÍCULO PROFESIONAL	11
1.1. Contextualización general del estado del arte	11
1.1.1. Estudio para el diagnóstico del potencial empresarial	12
1.1.2. Estudio para la evaluación del potencial emprendedor	14
1.1.3. Estudio del emprendimiento en Ecuador en época de COVID 19.....	16
1.2. Proceso investigativo metodológico	17
1.2.1. Datos de empresas de la Provincia de Pichincha.....	18
1.2.2. Población.....	20
1.2.3. Muestra.....	20
1.2.4. Cálculo de Población y Muestra	20
1.2.5. Recolección de datos.....	21
1.3. Análisis de resultados.....	21
CAPÍTULO II: ARTÍCULO PROFESIONAL	33
2.1. Resumen - Abstract y Palabras clave- Keywords	33
2.2. Introducción.....	33
2.3. Metodología.....	34
2.4. Resultados.....	36
2.5. Discusión	43
CONCLUSIONES.....	45
RECOMENDACIONES.....	46
BIBLIOGRAFÍA	47
ANEXOS.....	50

Índice de tablas

Tabla 1: Número de empresas según participación nacional en Ecuador	19
---	----

Índice de figuras

Figura 1: Modelo para el Estudio del Potencial Empresarial	13
Figura 2: Guía para la interpretación de resultados	13
Figura 3: Modelo del Sistema Unitario CEPCES	14
Figura 4: Modelo del Sistema Globalizado CEPCES	15
Figura 5: Detalle de variables por elemento del sistema unitario CEPCES	15
Figura 6: Ingredientes de Espacios Vacíos	16
Figura 7: Cantidad de empresas en la provincia de Pichincha	20
Figura 8: Género	21
Figura 9: Edad	22
Figura 10: Estado civil	22
Figura 11: Nivel escolar	23
Figura 12: Actividad o giro de negocio	23
Figura 13: Años de existencia de la empresa	24
Figura 14: Tamaño de la organización por número de empleados	24
Figura 15: Figura legal de la empresa	25
Figura 16: Fuentes de financiamiento	25
Figura 17: Inversión inicial para el emprendimiento	26
Figura 18: Calificación de la situación económica de la empresa entre los años 2021 y 2022	26
Figura 19: Proyección esperada en los siguientes 5 años	27
Figura 20: Promedio de ingresos mensuales en el negocio	27
Figura 21: Porcentaje de la utilidad mensual	28
Figura 22: Existencia de varios aspectos del negocio	29
Figura 23: Aspectos externos que evitan el crecimiento de las empresas	30
Figura 24: Factores que facilitarían el emprendimiento en Ecuador	31
Figura 25: Principales problemas que enfrenta la empresa	32
Figura 26: Planificación estratégica	36
Figura 27: Gastos personales	37
Figura 28: Uso de sistema contable	37
Figura 29: Afiliación al IESS	38
Figura 30: Manual de procesos	38
Figura 31: Evaluación de desempeño	38
Figura 32: Reconocimientos por buen desempeño	39
Figura 33: Publicidad en redes sociales	39
Figura 34: Aspectos externos que afectan el crecimiento del negocio	40
Figura 35: Factores considerados que facilitarían el emprendimiento en Ecuador	41
Figura 36: Problemas que enfrenta la empresa en la gestión administrativa	42

INFORMACIÓN GENERAL

Contextualización del tema

La importancia de los emprendimientos en las actividades sociales y económicas a nivel mundial, provoca que sea ineludible tomar en cuenta su repercusión para el Ecuador; históricamente el país en la época colonial atravesó un período corto de bonanza con el comercio de productos agrícolas, industriales y minerales entre los años 1620 y 1660, período en el cual los astilleros representaron el ingreso económico principal, para ser desplazados a un segundo lugar por los obrajes en los años 1660. (Burgos & Villar, 2016)

Durante el auge de la revolución industrial entre el fin del siglo XVIII y los inicios del siglo XIX, en el Ecuador los emprendedores dedicados a las actividades agrícolas se vuelven potentados latifundistas, esto gracias a la gran aceptación del cacao, así como la producción de café, mismo que alcanza un excelente posicionamiento en el mercado internacional. El capitalismo surge en el Ecuador durante los años 60, con empresas de producción pobremente desarrolladas, y con una clase obrera poco calificada, lo que significaba un salario bajo para los trabajadores. La producción agrícola con fines de exportación prevalecía en la región costa, convirtiéndose así en la precursora de la riqueza en el Ecuador; por otra parte, la producción agrícola para el consumo local se encontraba en la región sierra. (Burgos & Villar, 2016)

Entre los años 1998 y 1999, el Ecuador fue el protagonista de una de las más difíciles épocas para el desarrollo de los negocios y los emprendimientos al atravesar una profunda crisis económica nacional la cual ocasionó que la economía sea dolarizada, de este dificultoso período las consecuencias negativas que representó para la economía fueron, el cierre de aproximadamente un 70% de los bancos, la reducción de la actividad económica alcanzó pérdidas de 8.000 millones de dólares, el sucre perdió su valor alcanzando el 195% por la inflación que llegó a tener el 65%, el índice de pobreza subió del 36% al 65%, así mismo, el desempleo incrementó del 9% al 17%, varias instituciones financieras terminaron en la quiebra; y para las que no quebraron, el presidente de aquella época Jamil Mahuad, por medio de un decreto presidencial, autorizó a que congelaran los fondos de las cuentas que superasen la cantidad de 2 millones de sucres, evitando que los cuenta ahorristas puedan retirar su dinero, adicionalmente, la caída del precio del crudo y las condiciones climáticas ocasionadas por el fenómeno del niño, ocasionaron una grave crisis económica en el Ecuador. (Burgos & Villar, 2016)

Para que las actividades de emprendimiento en los países se intensifiquen, no solamente basta con que los emprendedores cuenten con actitud y aptitud para iniciar con su negocio, es necesario también que los entornos macroeconómico y empresarial, aporten con un ambiente propicio para el

crecimiento de estas organizaciones. Si bien es cierto, en el país las estadísticas de la Actividad Emprendedora Temprana (TEA), publicadas por el Monitor Global de Emprendimiento (GEM), indican que los ecuatorianos cuentan con un alto espíritu emprendedor; son los índices de competitividad, de innovación y económicos los que demuestran que el entorno empresarial es el que genera dificultades que retrasan o evitan un adecuado desarrollo de los emprendimientos.

Conforme el estudio GEM (Global Entrepreneurship Monitor), publicado en 2020 por la Escuela de Negocios de Ecuador (ESPAE), en el Ecuador aproximadamente 3.6 millones de habitantes iniciaron un negocio, lo cual incrementó las estadísticas de emprendimiento del país, ubicando a América Latina como una de las más altas, sin embargo, más del 50% de estos negocios no han logrado rebasar los tres años de funcionamiento desde su lanzamiento al mercado. (EC, Emprendimiento, 2020)

El Ecuador ya venía afrontando inconvenientes financieros previo al brote del COVID-19, lo que generó una limitada capacidad de respuesta para enfrentar la crisis. El Banco Central del Ecuador estimaba un PIB en 0.7% para el año 2020, sin embargo la dificultad del contexto económico aumentó a raíz de la pandemia COVID-19, ante la inexistencia de medidas preventivas, gran parte de la sociedad a nivel mundial, estuvo obligada a entrar en aislamiento y cuarentena de forma inmediata para interrumpir el incremento exponencial de los contagios; escenario que detuvo la economía a nivel global y puso en grave peligro la sostenibilidad de una gran parte de negocios. (Lasio y otros, 2019-2020)

A partir del año 2018 un grupo determinado del equipo de emprendimiento EC, analizó y validó aproximadamente 700 emprendimientos en el Ecuador, por medio de talleres y charlas 1 a 1. Esta investigación dentro del ecosistema de los emprendimientos permitió identificar las tendencias sobre los 10 principales puntos débiles del emprendedor, entre los cuales se enumeran: 1. Falta de conocimiento, 2. Entusiasmo (sin enfoque), 3. Mercado, 4. Clientes, 5. Equipo (talento humano), 6. Tecnología casi inexistente para su modelo de negocio, 7. Capital, 8. Emociones, 9. Falta de contactos, 10. Innovación escasa. (EC, Emprendimiento, 2020)

Dentro de los aspectos negativos que afrontan los emprendimientos ecuatorianos, se enlista también la falta de apoyo financiero, factor que ha generado mayores limitaciones en los negocios pese a los programas tanto de la banca pública como privada, esto debido a la dificultad de acceder a créditos que presentaron las PYMES a consecuencia del exceso de requisitos y garantías solicitadas. (Burgos & Villar, 2016)

Sin embargo, el incremento de los emprendimientos en el país ha sido motivado por la falta de empleo y por la necesidad de generar ingresos, más no por una demanda de un producto o servicio en el mercado, lo que ha ocasionado la creación de emprendimientos sin bases sólidas, siendo esto también un motivo más de fracaso.

Conforme lo indica el GEM, de manera general, el cierre de los emprendimientos en el año 2019 se debe a distintas causas, como son: problemas personales (32.7%), poca rentabilidad (25.2%), así como el insuficiente financiamiento (16.6%). (Lasio y otros, 2019-2020)

Con fecha 18 de febrero de 2020, la Asamblea Nacional del Ecuador, aprobó la *“Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación”*, para su posterior publicación mediante Suplemento del Registro Oficial No. 151 de 28 de Febrero 2020; la cual tiene como objeto: *“establecer el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor”*. (Registro Oficial, 2020)

En base a estos antecedentes, se puede destacar que la gran mayoría de emprendimientos que han sido creados en el Ecuador, surgen de una necesidad de generar ingresos, ya sea por falta de empleo o por la pérdida del mismo, muchas veces sin que los involucrados en el emprendimiento tengan una idea clara de cómo funciona el negocio, lo que se desemboca en una pérdida del interés y abandono del proyecto a corto plazo; habitualmente a todo emprendedor que quiere sacar a la luz su idea de negocio, le llenan las dudas e incertidumbres; el simple hecho de pensar en que si su emprendimiento tendrá o no éxito, es un limitante para que tome la decisión de lanzar al mercado su proyecto.

Por estos motivos es importante analizar, medir y evaluar los factores, causas y variables que afectan el desempeño de los emprendimientos en la Provincia de Pichincha, con la finalidad de establecer una metodología que aporte a la sostenibilidad de estas organizaciones.

Problema de investigación

¿Cuáles son los factores que inciden en el potencial de los emprendimientos en la provincia de Pichincha?

Objetivo general

Determinar el potencial de los emprendimientos en la provincia de Pichincha, por medio del análisis de los factores que influyen en las actividades de los negocios, con el fin de minimizar el riesgo de fracaso de los proyectos.

Objetivos específicos

- Contextualizar los fundamentos teóricos para dar solución al problema identificado, el cual impide el desarrollo óptimo de los emprendimientos.
- Diagnosticar por medio de técnicas de recolección de datos los factores claves que aportarán al desarrollo de los emprendimientos.
- Analizar los factores que influyen en el desarrollo y que afectan al potencial de los emprendimientos en la provincia de Pichincha.

Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos:

El presente proyecto beneficiará a la comunidad emprendedora, inicialmente en la provincia de Pichincha como punto de partida, el modelo definido podrá ser utilizado para identificar los factores que permitirán que los emprendimientos sean sostenibles en el tiempo. De la misma manera, beneficiará a los emprendedores, ya que al mantener operativo el negocio o empresa, el mismo generará fuentes de empleo, mejorando en alguna manera la calidad de vida de los colaboradores.

Adicionalmente, los emprendimientos podrán contribuir con la sociedad por medio del cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL ARTÍCULO PROFESIONAL

1.1. Contextualización general del estado del arte

Se define al emprendimiento como la actitud y capacidad que tiene una persona para hacer un esfuerzo adicional para iniciar un proyecto, explotando las oportunidades que se presenten, con el fin de alcanzar los objetivos que se ha planteado. (Significados.com, 2022)

Los emprendimientos en países en desarrollo son un elemento clave para el crecimiento, como es el caso del Ecuador, en donde este tipo de negocios contribuyen al fortalecimiento de las distintas cadenas de valor. Consecuentemente, es necesario conocer cómo se desenvuelven y crecen los negocios, a qué cambios deben enfrentarse, la afectación que tienen por el entorno empresarial, así como, la relación entre sus posibles competidores y consumidores. (Lasio y otros, 2019-2020)

En el 2020 entró en vigencia la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, cuyo objetivo principal busca instituir el marco normativo que coadyuve a incentivar y fomentar el emprendimiento en el Ecuador, así como la innovación y desarrollo tecnológico, promover la cultura emprendedora y generar nuevas modalidades societarias y de financiamiento con la finalidad de fortalecer el entorno de los emprendimientos. (Registro Oficial, 2020)

En el Artículo 3 de la Ley *ibídem*, se precisan las siguientes definiciones, las cuales son consideradas dentro del desarrollo del proyecto:

Emprendimiento. Es un proyecto con antigüedad menor a cinco años que requiere recursos para cubrir una necesidad o aprovechar una oportunidad y que necesita ser organizado y desarrollado, tiene riesgos y su finalidad es generar utilidad, empleo y desarrollo.

Innovación. Es el proceso creativo mediante el cual se genera un nuevo producto, diseño, proceso, servicio, método u organización, o añade valor a los existentes.

Emprendedor. Son personas naturales o jurídicas que persiguen un beneficio, trabajando individual o colectivamente. Pueden ser definidos como individuos que innovan, identifican y crean oportunidades, desarrollan un proyecto y organizan los recursos necesarios para aprovecharlo.

Ecosistema emprendedor. Es todo el entorno que facilita, incluye y fomenta el desarrollo de empresas y proyectos en un lugar determinado.

Cultura emprendedora. Es el conjunto de cualidades, conocimientos y habilidades necesarias que posee una persona para gestionar un emprendimiento.

Capital semilla. Es la inversión de recursos en la fase inicial de un proyecto, desde su concepción hasta el desarrollo de un proyecto innovador.

Capital de riesgo. - Es la inversión que consiste en la participación en el capital social de un emprendimiento. El aportante invierte en un proyecto convirtiéndose en socio accionista del emprendimiento financiado y de esta manera participa de modo directo en los riesgos y resultados.

Por otro lado, es necesario señalar que los cambios abruptos en la realidad nacional, ocasionados como consecuencia de la pandemia ocasionada por el COVID-19, lanzaron de forma exponencial a los emprendimientos en el Ecuador a una forzada adaptación a un nuevo entorno, afectando al manejo tradicional de un negocio, siendo necesario el cambio del modelo de atención al cliente, así como la distribución de los productos y servicios. Esto afectó a los emprendimientos que no fueron capaces de adaptarse al nuevo panorama, ocasionando el cierre de los negocios.

A razón de la pandemia, los negocios se vieron en la obligación de cambiar el paradigma de atención al cliente, lo que ha permitido implementar nuevas formas de realizar publicidad, como el uso del marketing digital, aprovechando el auge de las redes sociales actualmente disponibles y la versatilidad de contenido que estas disponen.

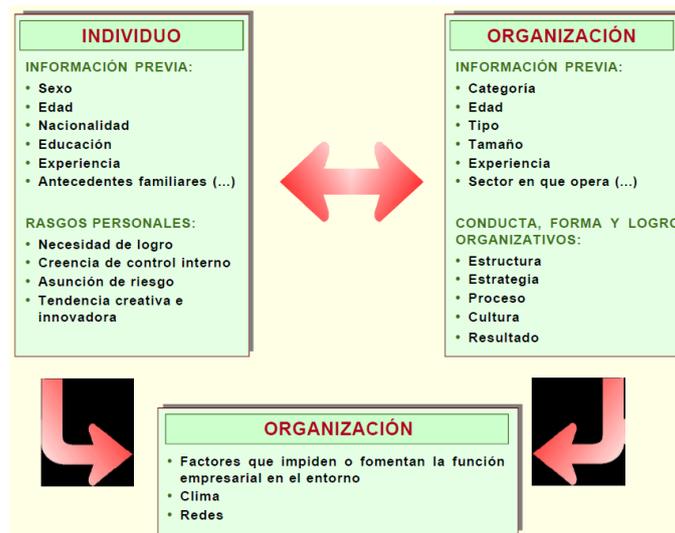
Para la elaboración de la investigación, se recopilaron modelos de varios autores, quienes proponen metodologías para realizar el análisis y evaluación del potencial de los emprendimientos de forma particular para cada caso, de los cuales se han tomado como referencia los siguientes estudios:

1.1.1. Estudio para el diagnóstico del potencial empresarial

Investigación realizada por Rosa María Batista, que tiene como objetivo presentar un aporte teórico dentro del campo de estudio en el que se enmarca su investigación, adicionalmente la propuesta de una metodología que permita poner en funcionamiento el diagnóstico de indicadores que se consideran valiosos en la planificación empresarial. (Batista, 1999)

Figura 1

Modelo para el Estudio del Potencial Empresarial



Nota: La figura representa a las componentes de la organización y la relación directa que influye tanto en el individuo como en la empresa. Tomado de “*Diagnóstico del potencial empresarial: Análisis de la zona comercial de Triana*”, por (Batista, 1999)

Figura 2

Guía para la interpretación de resultados

NIVEL DE INVESTIGACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	VECTOR TEÓRICO	ELEMENTOS DETERMINANTES DEL PE
Individual	Comerciante	<ul style="list-style-type: none"> Necesidad de logro Creencia de control Tendencia creativa e innovadora Asunción de riesgo 	Si determina el PE
		<ul style="list-style-type: none"> Variables descriptivas del individuo –edad, sexo, formación, antecedentes familiares, status socio-económico 	No determina el PE
Organizativo	Comercio	<ul style="list-style-type: none"> Objetivos y formulación estratégica Estructura, proceso y cultura Apertura de la organización y relaciones con el entorno Logro organizativo 	Si determina el PE
		<ul style="list-style-type: none"> Variables descriptivas del comercio –subsector, edad, tamaño, características organizativas generales de naturaleza descriptiva 	No determina el PE
Poblacional	Distrito comercial	<ul style="list-style-type: none"> Valores culturales y actitud estratégica de la comunidad Red social que opera en el distrito 	Si determina el PE

Nota: La figura muestra los elementos determinantes del Potencial Emprendedor (PE) en función de las variables estudiadas. Tomado de “*Diagnóstico del potencial empresarial: Análisis de la zona comercial de Triana*”, por (Batista, 1999)

El estudio aporta a la investigación con información de los elementos determinantes que influyen en el potencial emprendedor, de la misma manera, aclara cuáles vectores son de carácter informativo, es decir, que no afectan en los resultados.

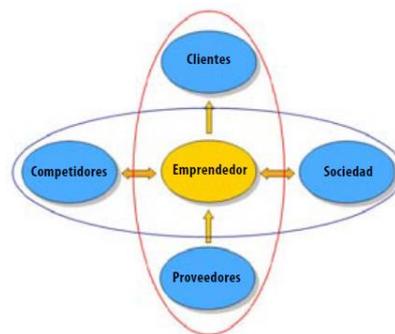
1.1.2. Estudio para la evaluación del potencial emprendedor

Investigación realizada por Roberto González y Alejandra Zúñiga, en la Universidad Alberto Hurtado de la Facultad de Economía y Negocios, publicada en la revista Journal of Technology, Management & Innovation; conforme lo indican los autores, la investigación refiere a un método que admite evaluar el potencial emprendedor de una empresa, misma que busca elaborar el modelamiento de un emprendimiento, como punto de partida, como consiguiente, presentar un método para evaluar el potencial emprendedor, mediante el uso y priorización de múltiples variables. (González Ortiz & Zúñiga Álvarez, 2011)

En el estudio se utiliza el modelo CEPCES, mismo que explica de manera gráfica la relación que existe entre el Cliente, Emprendedor y Proveedor de forma vertical, lo cual se denomina como CEP; y como consiguiente, la relación de manera horizontal entre la Competencia, el Emprendedor y la Sociedad en este caso es denominado CES.

Figura 3

Modelo del Sistema Unitario CEPCES.

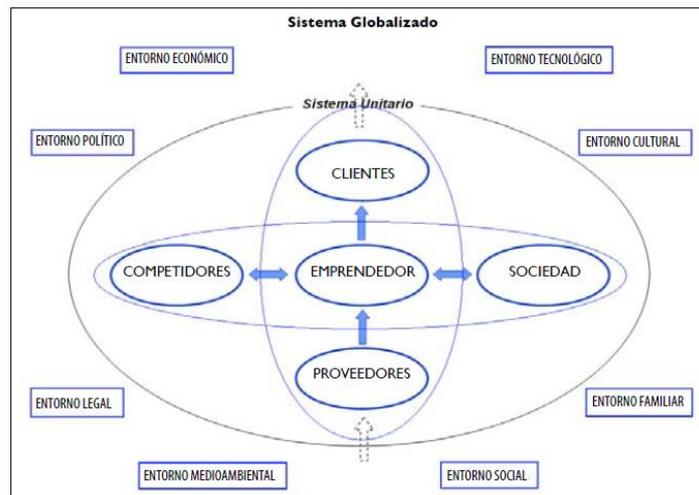


Nota: La figura indica el modelo del sistema unitario CEPCES y sus actores principales. Tomado de *Método CEPCES para la Evaluación del Potencial Emprendedor*, por (González Ortiz & Zúñiga Álvarez, 2011)

Sin embargo, las empresas están expuestas a los factores externos a la organización, lo cual se conoce como Entorno Empresarial, puntualmente el Entorno general o macroeconómico, que “Es aquel que agrupa los factores externos que impactan en la empresa y que, por tanto, están fuera de su control” (Guillermo, 2020).

Figura 4

Modelo del Sistema Globalizado CEPCES.



Nota: La figura indica el modelo del Sistema Globalizado CEPCES, en el cual se pueden apreciar el entorno empresarial que afectan a la organización. Tomado de *Método CEPCES para la Evaluación del Potencial Emprendedor*, por (González Ortiz & Zúñiga Álvarez, 2011)

De este estudio se pudo abstraer la información del entorno empresarial, mismos que influyen en el desenvolvimiento de un emprendimiento; del mismo modo se puede apreciar que gracias a la globalización actual, las economías se complementan unas a otras y todos los involucrados cumplen un papel importante para el éxito o fracaso de los emprendimientos, acá se pudo identificar con claridad los actores principales, lo cual sirve para establecer las interrogantes en el instrumento para la recolección de datos.

Figura 5

Detalle de variables por elemento del sistema unitario CEPCES.

EMPRENDEDOR	CLIENTE	PROVEEDOR	SOCIEDAD	COMPETIDOR
Estrategia	Necesidad	Materias Primas	Formalidad	Nº de Competidores
Experiencia	Tamaño Mercado	Especificidad	Relevancia Social	Nº de Prod. Sustitutos
Equipo	Crec. Mercado	Nº de Proveedores	Seguridad	Poder Sustitutos
Liderazgo y Coaching	Ventas	Cap. de Negociación	Estado	Barreras Pública
Comunic. y Contactos	Costos	Crédito del Proveedor	Leyes	Barreras Privadas
Administración	Marketing	Integración Adelante	Globalización	Coopetición
Monto Inversión	Plaza	Integración Atrás	Medio Ambiente	Monopolio
Retorno Inversión	Innovación	Var. Proveedores	Familia	Competidor Global
Infraestructura	Calidad	Proveedor Global	Banca	Relacionado
Disp. de Capital	Rentabilidad	Inestabilidad	ONG	Ubicación

Nota: La tabla en la figura muestra los actores involucrados directamente en el sistema unitario del método CEPCES. Tomado de *Método CEPCES para la Evaluación del Potencial Emprendedor* (p.82), por (González Ortiz & Zúñiga Álvarez, 2011)

1.1.3. Estudio del emprendimiento en Ecuador en época de COVID 19

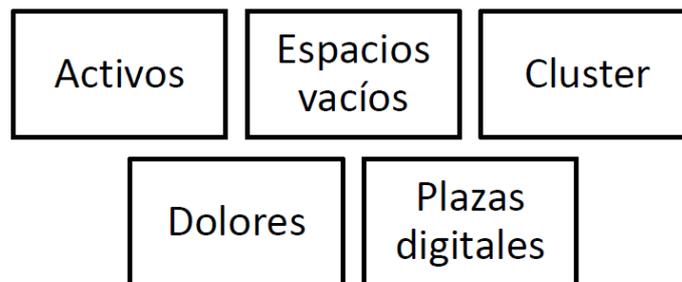
Estudio realizado en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, de autoría del docente Jairo Rivera quien manifiesta que, mundialmente el emprendimiento es un importante proceso generador de empleo, y a su vez intensificador la economía. (López & Rivera, 2020)

La investigación tiene como objeto el estudio de los emprendimientos de manera puntual en un caso que se acopla a la situación actual en época de pandemia. La metodología utilizada es mixta, de tipo cuantitativa que se basa en el análisis de sus datos primarios y cualitativa analizando fuentes de información secundaria. (López & Rivera, 2020)

Los resultados que se pueden destacar de esta investigación, como factor principal está el aprovechamiento de los espacios vacíos que se definen como ingredientes, y la mezcla de estos distintos ingredientes identificados, de una forma adecuada, pueden generar negocios que pueden sostenerse en el mercado. (López & Rivera, 2020)

Figura 6

Ingredientes de Espacios Vacíos



Nota: La figura muestra los Ingredientes del método de Espacios Vacíos, mismos que son analizados para validar la factibilidad de un proyecto. Tomado de *“De la teoría a la práctica: el emprendimiento en Ecuador en época de COVID 19”*, por (López & Rivera, 2020)

El estudio aporta a la investigación con información de los ingredientes del método de espacios vacíos, elementos que son aprovechados en el tema estudiado ya que cada uno se determina dependiendo de cada caso, es decir, para explotar si se trata de un proyecto nuevo, o para incluirlo en el caso de un emprendimiento ya existente. Se debe considerar que las variables identificadas, sirven para la valoración tanto del emprendedor como del emprendimiento en función del enfoque que se le oriente.

Luego de analizar los estudios anteriormente mencionados, se ubicaron los factores más relevantes a considerar al momento de identificar o evaluar un potencial emprendimiento, los mismos se describen a continuación:

Emprendedor: Se considera a quien es capaz de crear el sistema unitario y aplicar el valor que responderá a las necesidades, tiene la destreza de influir en el comportamiento de los actores en el mercado, con el fin de realizar actividades en común, las cuales son: identificar oportunidad, organizar recursos y liderar equipos. Es en definitiva un actor para el desarrollo económico de los emprendimientos. Hablando en términos económicos, los emprendedores forman parte de la oferta y de la demanda. (González Ortiz & Zúñiga Álvarez, 2011)

Ciente: Es la persona, grupo de personas u organizaciones que realizan transacciones de compra de productos, servicios, o ambos, y que dependen de ellos. Representan el motivo por el cual se lanzan los emprendimientos. En términos económicos, representan a la demanda. (González Ortiz & Zúñiga Álvarez, 2011)

Proveedor: Se define al individuo, grupo de individuos y organizaciones, que actúan como consumidores de productos, servicios o ambos; dependen también de los egresos generados en las transacciones. En términos económicos, representan a la oferta. (González Ortiz & Zúñiga Álvarez, 2011)

Sociedad: Definido como el gran grupo de personas que se relacionan unos con otros, una organización humana que, para las actividades de emprendimiento es quien otorga derechos y exige el cumplimiento de obligaciones. La Sociedad es quien regula los entornos. (González Ortiz & Zúñiga Álvarez, 2011)

Competencia: Caracterizados por ser los emprendimientos existentes, o venideros, semejantes o iguales a los de la actividad que se quiere evaluar, que pueden ejercer más o menos poder sobre el que posee el emprendedor, ya sea de forma positiva o negativa. En términos económicos, pertenecen a la oferta y a la demanda. (González Ortiz & Zúñiga Álvarez, 2011)

1.2. Proceso investigativo metodológico

La metodología utilizada para la presente investigación está basada en un enfoque cuantitativo que indica que *“Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías”* (Hernández y otros, 2014, pág. 4), tiene un alcance correlacional al tener en cuenta que *“Este tipo de*

estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular. En ocasiones sólo se analiza la relación entre dos variables, pero con frecuencia se ubican en el estudio vínculos entre tres, cuatro o más variables” (Hernández y otros, 2014, pág. 93).

La presente investigación es de tipo no experimental, que según su concepto son los *“Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos”* (Hernández y otros, 2014, pág. 152).

La investigación es de campo, la cual se define como *“el proceso que permite obtener datos de la realidad y estudiarlos tal y como se presentan, sin manipular las variables. Por esta razón, su característica esencial es que se lleva a cabo fuera del laboratorio, en el lugar de ocurrencia del fenómeno.”* (Significados.com, 2022).

La recolección de información fue realizada mediante una encuesta dirigida a los emprendedores de la Provincia de Pichincha, lo cual permitió generar una relación directa con los propietarios de los emprendimientos para conocer su situación actual; de la aplicación del instrumento y de la información de los emprendimientos existentes registrados en el INEC en el último censo de 2020, se obtuvieron los datos para la poder realizar el cálculo de la muestra. Parte del instrumento aplicado para la elaboración de la encuesta, es una adaptación de la herramienta diseñada por los bachilleres de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile, Aravena María, Fara Camila y Torres Victoria, mismo que evalúa dominios como son Gobierno Empresarial y Estrategia; Administración y Contabilidad; Persona; Modelo de negocio; Medición, Análisis y Desempeño (Aravena Llenqueo et al., 2012), al cual se le agregó un dominio adicional de Innovación y Marketing, al considerar que en la actualidad es necesario tomar en cuenta las variables inmersas en este campo.

1.2.1. Datos de empresas de la Provincia de Pichincha

Conforme la información publicada por el INEC respecto a las empresas registradas en el Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE), se registran en la Provincia de Pichincha la cantidad de 210.618 empresas, lo cual representa un 24.89% del total en Ecuador. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2020)

Tabla 1

Número de empresas según participación nacional en Ecuador

Provincia	Nro. Empresas	% Total
Total	846.265	100,00%
Pichincha	210.618	24,89%
Guayas	162.375	19,19%
Manabí	70.739	8,36%
Azuay	54.380	6,43%
El Oro	41.147	4,86%
Tungurahua	39.608	4,68%
Imbabura	29.280	3,46%
Loja	26.697	3,15%
Chimborazo	26.638	3,15%
Los Ríos	25.804	3,05%
Cotopaxi	24.348	2,88%
Santo Domingo de los Tsáchilas	24.039	2,84%
Esmeraldas	17.283	2,04%
Cañar	15.603	1,84%
Bolívar	10.825	1,28%
Carchi	10.403	1,23%
Santa Elena	10.120	1,20%
Sucumbíos	10.014	1,18%
Orellana	7.466	0,88%
Morona Santiago	6.858	0,81%
Zamora Chinchipe	6.647	0,79%
Napo	6.088	0,72%
Pastaza	6.046	0,71%
Galápagos	3.236	0,38%
Zona No Delimitada	3	0,00%

Nota: La tabla indica el total de empresas registradas en el INEC según el Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE) 2020.

Dentro del presente estudio que abarca los emprendimientos de la provincia de Pichincha, se dispone de la información del INEC sobre la cantidad de empresas en los cantones de la provincia.

Figura 7

Cantidad de empresas en la provincia de Pichincha

		Número de empresas por Tamaño de empresa y Provincia - Cantón							
		Fuente: Directorio de Empresas 2020.							
		17 Pichincha							
		1701 Quito	1705 Rumiñahui	1703 Mejía	1702 Cayambe	1704 Pedro Moncayo	1709 Puerto Qu...	1708 Pedro Vicente M..	1707 San Miguel de..
2020	Grande empresa	1.183	39	17	25	9	1	1	2
	Mediana empres..	1.372	44	31	24	31	1	4	2
	Mediana empres..	1.869	83	43	44	34	7	12	7
	Pequeña empresa	13.746	542	313	270	149	34	37	44
	Microempresa	168.275	7.905	5.028	5.019	1.666	1.209	758	738
	Total	186.445	8.613	5.432	5.382	1.889	1.252	812	793

Nota: La figura muestra la cantidad de empresas registradas en el DICE en 2020, en la provincia de Pichincha y sus cantones. Tomado de "Directorio de Empresas 2020", por (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2022).

1.2.2. Población

Conceptualmente la población se conoce como el conjunto de elementos objeto de un estudio estadístico, es decir el universo o el total de unidades del conjunto que se va a estudiar, para la propuesta se dispone de una población de 210.618 empresas en Pichincha.

1.2.3. Muestra

La muestra representa una parte de la población tomada para realizar el estudio, el cálculo de muestra es de gran importancia ya que de esto dependerá, que los resultados que se obtengan de la misma, puedan representar la población objeto del estudio.

1.2.4. Cálculo de Población y Muestra

Para el cálculo de se requiere una toma de datos existentes del último censo realizado por el INEC, el cual devuelve un total de empresas de 210.618 en Pichincha, se utilizará la fórmula de una población finita:

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

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = población (210618)

Z = nivel de confianza (95% = 1.96)

p = probabilidad a favor (50%)

q = probabilidad en contra (50%)

e = error estimado máximo aceptable (5%)

Cálculo:

$$n = (3.84 * 0.5 * 0.5 * 210618) / [0.025(210618 - 1) + 3.84 * 0.5 * 0.5]$$

$$n = 202277.53 / (526.54 + 0.96)$$

$$n = 202277.53 / 527.50$$

$$n = 383.46 \approx 384$$

n = 384 (tamaño de la muestra)

1.2.5. Recolección de datos

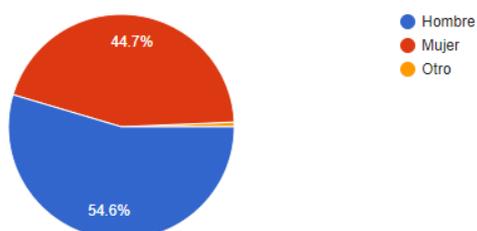
La encuesta es una técnica de investigación ampliamente usada para la obtención de datos de forma ágil y eficaz. Los datos para la elaboración del estudio fueron obtenidos mediante la aplicación de un cuestionario por medio de la técnica de la encuesta. Anexo 1.

1.3. Análisis de resultados

En el siguiente apartado, se muestra el análisis correlacional de las variables en función del género relacionado con cada una de las preguntas, una vez que fue aplicado el instrumento a los emprendedores de la provincia de Pichincha (Universidad Tecnológica Israel, 2022), se determinó que la muestra es la ideal para realizar el estudio, el cual generó la siguiente información:

Figura 8

Género



Nota: La figura muestra la cantidad de propietarios de emprendimientos encuestados. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

Se puede apreciar que, del 100% de las encuestas realizadas, la mayoría de emprendimientos son administrados por hombres, sin embargo, esta cantidad no está muy por encima de los negocios que son administrados por mujeres, y en muy poca frecuencia los emprendimientos que son administrados por personas que se definen con otro género, por lo tanto, no se muestra una diferencia significativa en cuanto al género del emprendedor entre hombres y mujeres, lo que no ocurre con las personas definidas con otro género, que en este caso representan una minoría.

Figura 9

Edad

Código	Edad	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	20-24 años	21	8,64	34	17,00	3	100,00
2	25- 29 años	49	20,16	45	22,50	0	0,00
3	30-34 años	48	19,75	48	24,00	0	0,00
4	35-39 años	40	16,46	30	15,00	0	0,00
5	40-44 años	40	16,46	18	9,00	0	0,00
6	45-49 años	23	9,47	11	5,50	0	0,00
7	50 años en adelante	22	9,05	14	7,00	0	0,00
Total general		243	100,00	200	100,00	3	100,00

Nota: La figura muestra la cantidad de propietarios de emprendimientos encuestados, organizados por edad. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

Se distingue que el rango de edad de los emprendedores se encuentra entre los 25 años hasta los 44 años en el caso de los hombres, en el caso de las mujeres se puede apreciar que tienen una actividad emprendedora más temprana que los hombres, empezando desde los 20 años, sin embargo, la cantidad va reduciendo conforme el pasar de los años, lo cual se reduce a las edades de 35 a 39 años.

Figura 10

Estado civil

Código	Estado civil	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	Casado	95	39,09	65	32,50	0	0,00
2	Divorciado	26	10,70	23	11,50	0	0,00
3	Pareja de hecho	2	0,82	4	2,00	0	0,00
4	Soltero	102	41,98	100	50,00	3	100,00
5	Unión libre	18	7,41	7	3,50	0	0,00
6	Viudo	0	0,00	1	0,50	0	0,00
Total general		243	100,00	200	100,00	3	100,00

Nota: La figura muestra la cantidad de propietarios de emprendimientos encuestados. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

En este apartado se puede apreciar que la mayoría de emprendedores son solteros, ocupando el primer lugar en todos los géneros, y a continuación las personas con un estado civil casado, lo que

demuestra que el estado civil no influye en la capacidad de administrar un emprendimiento en comparación a las personas pertenecientes a otro estado civil.

Figura 11

Nivel escolar

Código	Nivel escolar	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	Certificación Artesanal	5	2,06	9	4,50	0	0,00
2	Maestría	23	9,47	16	8,00	0	0,00
3	Primaria	3	1,23	6	3,00	0	0,00
4	Secundaria	45	18,52	47	23,50	2	66,67
5	Tecnólogo	40	16,46	37	18,50	0	0,00
6	Universidad concluida	86	35,39	49	24,50	0	0,00
7	Universidad inconclusa	41	16,87	36	18,00	1	33,33
Total general		243	100,00	200	100,00	3	100,00

Nota: La figura presenta el nivel escolar de los propietarios de los emprendimientos encuestados. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

En este caso se puede notar que un gran porcentaje de emprendedores tienen una educación superior concluida, sin embargo, en un segundo lugar, se encuentran los propietarios que cuentan únicamente con una educación secundaria, y en tercer lugar los emprendedores con una formación universitaria inconclusa; por lo tanto, en este apartado se puede notar que los emprendimientos tendrían un éxito mayor si los emprendedores hubieran optado por una formación de tercer nivel completa.

Figura 12

Actividad o giro de negocio

Código	Actividad o giro de negocio	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	Actividades financieras	7	2,88	8	4,00	0	0,00
2	Agricultura	1	0,41	3	1,50	0	0,00
3	Arte, entretenimiento y recreación	19	7,82	17	8,50	0	0,00
4	Comercio al por mayor	30	12,35	14	7,00	2	66,67
5	Comercio al por menor	53	21,81	57	28,50	0	0,00
6	Construcción	8	3,29	6	3,00	0	0,00
7	Industria manufacturera	8	3,29	7	3,50	0	0,00
8	Otro	111	45,68	86	43,00	1	33,33
9	Restauración	6	2,47	2	1,00	0	0,00
Total general		243	100,00	200	100,00	3	100,00

Nota: La figura muestra la actividad o giro del negocio. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

Conforme las actividades a las que se dedica el negocio, se puede apreciar que son predominantes los negocios que no están categorizados siendo estos administrados en mayor frecuencia por hombres que por mujeres; seguidos de los emprendimientos dedicados al comercio por menor el cual se podría

deducir que se encuentra a la par entre los dos géneros, es notorio que indistintamente del giro del negocio, los emprendimientos son administrados por hombres y mujeres por igual.

Figura 13

Años de existencia de la empresa

Código	Años de existencia de la empresa	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	1 a 3 años	78	32,10	83	41,50	1	33,33
2	3 a 5 años	43	17,70	26	13,00	1	33,33
3	Hasta un año	24	9,88	39	19,50	1	33,33
4	Más de 5 años	98	40,33	52	26,00	0	0,00
Total general		243	100,00	200	100,00	3	100,00

Nota: La figura indica los años que la empresa se encuentra en el mercado. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

Respecto a los años de existencia del emprendimiento, se puede notar que los emprendimientos categorizados como nuevos es decir de 1 a 3 años, tienen una mayor frecuencia en el caso de ambos géneros y son cercanos en cantidad con el 32,10% para hombres y el 41,50% para mujeres, sin embargo se puede visualizar una considerable variación para los emprendimientos con más de 5 años en el mercado, para pasar al 40,33% los emprendimientos administrados por los hombres y una reducción de cerca del al 26% de los que son manejados por mujeres.

Figura 14

Tamaño de la organización por número de empleados

Código	Tamaño de la organización	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	Grande empresa (más de 200 empleados)	2	0,82	6	3,00	0	0,00
2	Mediana empresa (50-199 empleados)	4	1,65	1	0,50	0	0,00
3	Microempresa (1-9 empleados)	211	86,83	183	91,50	3	100,00
4	Pequeña empresa (10-49 empleados)	26	10,70	10	5,00	0	0,00
Total general		243	100,00	200	100,00	3	100,00

Nota: La figura detalla la cantidad de emprendimientos en función de la cantidad de empleados. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

En cuanto a la recolección de información respecto al tamaño de la organización, es ampliamente notorio que las organizaciones categorizadas como microempresas, y que cuentan con hasta 9 empleados, predominan en el mercado, sin que el género del propietario se vea como un factor que afecte a su desempeño.

Figura 15

Figura legal de la empresa

Código	Figura legal de la empresa	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	Persona natural no obligada a llevar contabilidad	126	51,85	110	55,00	1	33,33
2	Persona natural obligada a llevar contabilidad	53	21,81	39	19,50	0	0,00
3	Responsabilidad limitada	15	6,17	11	5,50	2	66,67
4	SAS	12	4,94	7	3,50	0	0,00
5	Sociedad Anónima	37	15,23	33	16,50	0	0,00
Total general		243	100,00	200	100,00	3	100,00

Nota: La figura muestra la figura legal de cada emprendedor. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

En este caso, que corresponde a la figura legal del propietario del negocio, se puede apreciar que más de la mitad de los emprendimientos son administrados por la figura de persona natural no obligada a llevar contabilidad, es decir que, los ingresos de estas organizaciones no sobrepasan las bases establecidas por el SRI para el pago de impuestos, sin embargo, deberán llevar un registro de los ingresos y egresos.

Figura 16

Fuentes de financiamiento

Código	Fuentes de financiamiento	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	Ahorros personales	147	60,49	117	58,50	1	33,33
2	Otros	20	8,23	22	11,00	0	0,00
3	Préstamos de amigos, parientes	16	6,58	14	7,00	0	0,00
4	Préstamos de un banco comercial	60	24,69	47	23,50	2	66,67
Total general		243	100,00	200	100,00	3	100,00

Nota: La figura muestra las fuentes de financiamiento para el emprendimiento. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

En cuanto a las fuentes de financiamiento de los emprendimientos, se aprecia que, tanto para hombres como para mujeres, está basado en el uso de ahorros personales, y en segundo lugar se encuentran los emprendedores que han podido acceder a un financiamiento mediante entidades bancarias, aunque en un bajo porcentaje, lo cual representa un factor que influye en el desarrollo de los emprendimientos, ya que reduce las probabilidades de emprender al no contar con un ahorro personal y un bajo porcentaje de negocios que consiguen un préstamo para iniciar sus actividades.

Figura 17

Inversión inicial para el emprendimiento

Código	Inversión inicial	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	desde 1 hasta 1000 dólares	85	34,98	116	58,00	1	33,33
2	desde 10000 en adelante	45	18,52	10	5,00	1	33,33
3	desde 1001 hasta 5000 dólares	80	32,92	51	25,50	0	0,00
4	desde 5001 hasta 10000 dólares	33	13,58	23	11,50	1	33,33
Total general		243	100,00	200	100,00	3	100,00

Nota: La figura muestra el capital inicial con el cual se empezó el emprendimiento. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

Con respecto a la inversión inicial, se puede notar que los proyectos en mayor frecuencia son lanzados por mujeres emprendedoras con un capital inicial que varía entre 1 hasta 1000 dólares en su gran mayoría, tomando como segundo lugar los emprendimientos que han iniciado sus actividades con una inversión inicial de 1001 a 5000 dólares, en este caso, la mayoría son representados por los negocios administrados por hombres. Se podría acotar que existe un mayor riesgo en cuanto a los emprendimientos realizados por hombres, ya que exponen una mayor cantidad de recursos económicos.

Figura 18

Calificación de la situación económica de la empresa entre los años 2021 y 2022

Código	Situación económica general de la empresa entre 2021 y 2022	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	Igual	86	35,39	80	40,00	1	33,33
2	Mejor	122	50,21	92	46,00	2	66,67
3	Peor	35	14,40	28	14,00	0	0,00
Total general		243	100,00	200	100,00	3	100,00

Nota: La figura muestra la situación económica del emprendimiento. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

En el 2022 comparado con el año 2021, conforme las respuestas de los encuestados, se puede notar que sumando entre igual y peor, se obtiene 54% para el caso de las mujeres; en el caso de los hombres, esta cantidad está en el 49,79%, es decir muy cerca del 50% de emprendimientos que tuvieron ingresos iguales o peores en dicho periodo, aun cuando se la cantidad de negocios que respondieron estar mejor; la sumatoria de las otras realidades muestran que la mayoría de emprendimientos se encuentran con inconvenientes financieros

Figura 19

Proyección esperada en los siguientes 5 años

Código	Proyección esperada a 5 años	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	Abra un nuevo local	101	41,56	96	48,00	1	33,33
2	Aumente el número de empleados	44	18,11	29	14,50	0	0,00
3	Comience a exportar	14	5,76	10	5,00	0	0,00
4	Disminuyan las ventas	3	1,23	1	0,50	0	0,00
5	Se mantenga igual	23	9,47	18	9,00	0	0,00
6	Sea vendido	4	1,65	9	4,50	0	0,00
7	Venda en otras regiones del país	54	22,22	37	18,50	2	66,67
Total general		243	100,00	200	100,00	3	100,00

Nota: La figura detalla que la visión de los emprendedores es la expansión de sus negocios. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

En cuanto a la visión que tiene el propietario respecto a su negocio en los próximos 5 años, se puede destacar que la mayoría tanto de hombres como mujeres, tienen la expectativa de abrir un nuevo local; en cuanto a las respuestas relacionadas con vender en otras regiones del país, se considera que van de la mano con la expectativa de abrir un nuevo local, sin embargo esto no es mandatorio, estando en el segundo lugar de opciones; y, como tercer lugar se tiene que los emprendedores consideran aumentar el número de empleados, lo cual coincide con las otras dos opciones. En este caso, se aprecia que los propietarios consideran que los negocios pueden mantenerse y crecer en el mercado.

Figura 20

Promedio de ingresos mensuales en el negocio

Código	Promedio de ingresos mensuales	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	Desde 1 hasta 500 dólares	59	24,28	83	41,50	1	33,33
2	Desde 1001 hasta 2000 dólares	45	18,52	32	16,00	0	0,00
3	Desde 2001 hasta 5000 dólares	38	15,64	15	7,50	1	33,33
4	Desde 5000 en adelante	40	16,46	19	9,50	1	33,33
5	Desde 501 hasta 1000 dólares	61	25,10	51	25,50	0	0,00
Total general		243	100,00	200	100,00	3	100,00

Nota: En la figura muestra el promedio de ingresos mensuales en los emprendimientos. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

Los ingresos que perciben los emprendimientos mensualmente, se encuentran en una mayor proporción entre el rango de 1 USD a 500 USD, seguidos por los emprendimientos que perciben un promedio de ingresos de 501 USD hasta 1000 USD, para un tercer lugar los emprendimientos que van desde los 1001 USD hasta los 2000, indistintamente del género del propietario, los ingresos se muestran relativamente proporcionales.

Figura 21

Porcentaje de la utilidad mensual

Código	Porcentaje de utilidad mensual	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	Del 1% al 10%	61	25,10	80	40,00	1	33,33
2	Del 11% al 20%	76	31,28	59	29,50	0	0,00
3	Del 21% al 30%	58	23,87	33	16,50	1	33,33
4	Del 31% al 50%	25	10,29	23	11,50	1	33,33
5	Más del 50%	23	9,47	5	2,50	0	0,00
Total general		243	100,00	200	100,00	3	100,00

Nota: La figura muestra porcentaje de la utilidad mensual. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

En este caso, se puede apreciar que con mayor frecuencia los emprendimientos consiguen un margen de utilidad mensual del 1% al 10%, en segundo lugar, están los emprendimientos con un margen de utilidad mensual del 11% al 20%, y en un tercer lugar los que obtienen un margen de utilidad el 21% al 30%, sin que el género represente un factor determinante en la obtención de este ingreso.

Figura 22

Existencia de varios aspectos del negocio

Código	Señale si su negocio cuenta con los siguientes aspectos a continuación	Hombre		Mujer		Otro							
		Frecuencia NO	% NO	Frecuencia SI	% SI	Frecuencia NO	% NO	Frecuencia SI	% SI				
1	Existe una planificación estratégica de mediano/largo plazo, que sirva para la toma de decisiones.	58	23,87	185	76,13	67	33,50	133	66,50	1	33,33	2	66,67
2	Las decisiones se toman con base a la información del mercado y de los clientes.	20	8,23	223	91,77	21	10,50	179	89,50	0	0,00	3	100,00
3	Se fomenta el sentido de pertenencia en la empresa.	24	9,88	219	90,12	27	13,50	173	86,50	0	0,00	3	100,00
4	Se planifica, asigna y organiza los recursos para incrementar la productividad.	28	11,52	215	88,48	30	15,00	170	85,00	0	0,00	3	100,00
5	Los gastos personales del dueño de la empresa se encuentran separados de los gastos realizados por la empresa.	54	22,22	189	77,78	50	25,00	150	75,00	1	33,33	2	66,67
6	Los ingresos, costos o gastos se registran de manera regular en un sistema contable.	65	26,75	178	73,25	60	30,00	140	70,00	1	33,33	2	66,67
7	Se planifican las inversiones (infraestructura y equipos, etc.) que deben realizarse en la empresa, evaluando plazos, presupuesto y formas de financiamiento.	56	23,05	187	76,95	57	28,50	143	71,50	1	33,33	2	66,67
8	Se mantienen pagos al día de proveedores.	24	9,88	219	90,12	18	9,00	182	91,00	0	0,00	3	100,00
9	Se controla la situación de cobranza de los clientes.	30	12,35	213	87,65	18	9,00	182	91,00	1	33,33	2	66,67
10	La empresa conoce y cumple con todos los requisitos y obligaciones que establece el SRL.	31	12,76	212	87,24	18	9,00	182	91,00	1	33,33	2	66,67
11	Todos los trabajadores vinculados a la empresa cuentan con afiliación al IESS.	108	44,44	135	55,56	85	42,50	115	57,50	1	33,33	2	66,67
12	Las remuneraciones se pagan de acuerdo a lo estipulado en el contrato.	36	14,81	207	85,19	41	20,50	159	79,50	1	33,33	2	66,67
13	Se utilizan mecanismos establecidos (internos y/o externos) de reclutamiento y selección del personal (fijo o temporal) de acuerdo a los requerimientos de la empresa.	64	26,34	179	73,66	58	29,00	142	71,00	0	0,00	3	100,00
14	La empresa cuenta con instrumentos de reconocimiento y estímulos por el buen desempeño y logro de metas.	80	32,92	163	67,08	60	30,00	140	70,00	1	33,33	2	66,67
15	La empresa realiza capacitaciones al personal mediante invitaciones a cursos de Especialización u otros.	83	34,16	160	65,84	66	33,00	134	67,00	0	0,00	3	100,00
16	Se desarrollan los productos/servicios en base a la investigación y segmentación de los clientes.	54	22,22	189	77,78	34	17,00	166	83,00	1	33,33	2	66,67
17	El empresario tiene conocimiento de sus competidores.	17	7,00	226	93,00	36	18,00	164	82,00	1	33,33	2	66,67
18	La empresa cuenta con estrategias de fidelización de clientes.	70	28,81	173	71,19	48	24,00	152	76,00	1	33,33	2	66,67
19	La empresa realiza publicidad, con el objetivo de captar a los clientes.	45	18,52	198	81,48	38	19,00	162	81,00	0	0,00	3	100,00
20	Se utiliza algún mecanismo establecido para fijar los precios de los productos y/o servicios de la empresa.	45	18,52	198	81,48	37	18,50	163	81,50	1	33,33	2	66,67
21	El producto o servicio que se entrega a los clientes se encuentra en constantes procesos de mejora continua.	21	8,64	222	91,36	22	11,00	178	89,00	1	33,33	2	66,67
22	La empresa cuenta con mecanismos y criterios establecidos para seleccionar a los proveedores.	49	20,16	194	79,84	47	23,50	153	76,50	1	33,33	2	66,67
23	La empresa cuenta con un manual de procesos.	104	42,80	139	57,20	90	45,00	110	55,00	0	0,00	3	100,00
24	La empresa realiza presupuestos de ventas para optimizar los flujos de caja.	79	32,51	164	67,49	74	37,00	126	63,00	1	33,33	2	66,67
25	Se realizan evaluaciones del desempeño de los empleados en base a metas propuestas.	89	36,63	154	63,37	77	38,50	123	61,50	0	0,00	3	100,00
26	El emprendimiento cuenta con una página Web, o tienda virtual.	85	34,98	158	65,02	71	35,50	129	64,50	1	33,33	2	66,67
27	El emprendimiento tiene perfiles en redes sociales.	47	19,34	196	80,66	36	18,00	164	82,00	1	33,33	2	66,67
28	El emprendimiento realiza publicidad en redes sociales.	58	23,87	185	76,13	49	24,50	151	75,50	1	33,33	2	66,67

Nota: La figura muestra los aspectos considerados para la evaluación del emprendimiento. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

En esta figura, se encuentran enlistados los cuestionamientos en base a los dominios utilizados para la evaluación del potencial del emprendimiento tales como, afirmaciones de la existencia de aspectos organizativos de la empresa, cumplimiento de normativa en cuanto a seguridad social así como con el Servicio de Rentas Internas, se puede apreciar que la mayoría de los negocios que participaron en la encuesta, cumplen y aplican los aspectos a considerar para el buen funcionamiento del negocio, aunque existen emprendimientos que no tienen en cuenta o no conocen de los aspectos que les ayudarían a mejorar en cuanto a la gestión administrativa.

Existen aspectos que es necesario señalar, ya que muestran una frecuencia elevada de respuestas negativas, como es el caso de la pregunta sobre la afiliación al IESS, mostrando en el caso de los emprendimientos administrados por hombres 108 respuestas negativas y en los emprendimientos gestionados por mujeres 85 respuestas negativas, lo que representa el 44,44% y el 42,5% de trabajadores sin afiliación al IESS, respectivamente.

Otro aspecto a considerar, es que del total de empresas que participaron en la encuesta, un 42,80% y un 45%, de respuestas tanto para hombres como mujeres en lo que se refiere a si la empresa cuenta con un manual de procesos, las respuestas fueron negativas, si bien es cierto, no sobrepasa la mitad de respuestas, es un porcentaje elevado en relación del total de encuestas aplicadas.

Figura 23

Aspectos externos que evitan el crecimiento de las empresas

Código	Principales aspectos externos que consideran más importante que impide el crecimiento de la microempresa o negocio	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	Altas tasas de impuestos	101	9,08	76	8,97	1	9,09
2	Alto costo de las regulaciones o normas	44	3,96	41	4,84	1	9,09
3	Altos costos de servicios legales	92	8,27	64	7,56	1	9,09
4	Altos costos laborales	58	5,22	48	5,67	0	0,00
5	Costo de contratar nuevos empleados	51	4,59	37	4,37	1	9,09
6	Escasez de materias primas	52	4,68	40	4,72	1	9,09
7	Escaso acceso a servicios TIC's	15	1,35	22	2,60	1	9,09
8	Falta de acceso a financiamiento	112	10,07	85	10,04	2	18,18
9	Falta de demanda	43	3,87	33	3,90	0	0,00
10	Falta de formación comercial	35	3,15	44	5,19	0	0,00
11	Falta de trabajadores capacitados	43	3,87	21	2,48	0	0,00
12	Incertidumbre sobre el estado de la economía	95	8,54	65	7,67	1	9,09
13	Inflexibilidad laboral	29	2,61	18	2,13	0	0,00
14	La corrupción	104	9,35	67	7,91	0	0,00
15	otro	60	5,40	35	4,13	1	9,09
16	Registro de marcas	40	3,60	37	4,37	0	0,00
17	Registro de patentes	37	3,33	33	3,90	0	0,00
18	Temor al fracaso	55	4,95	45	5,31	0	0,00
19	Tramitología	46	4,14	36	4,25	1	9,09
Total general		1112	100,00	847	100,00	11	100,00

Nota: La figura muestra los aspectos externos que afectan a la empresa. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

De los aspectos externos que afectan a la organización y que representan un obstáculo para el desarrollo de los negocios se enlistan de forma general, se puede apreciar que los aspectos que fueron considerados por los encuestados, corresponden a factores financieros, en primer lugar con una frecuencia de 199 respuestas, la falta de acceso a un financiamiento, en segundo lugar respecto al tema financiero, con una frecuencia de 188 respuestas, están las altas tasas de impuestos; seguido en un tercer lugar la incertidumbre sobre el estado económico del país, en cuarto lugar un factor también importante, que corresponde a los altos costos de servicios legales, con 157 respuestas, todas estas tomadas de forma global sin distinción de género.

Figura 24

Factores que facilitarían el emprendimiento en Ecuador

Código	Acorde a su experiencia ¿Cuál de los siguientes factores facilitaría el emprendimiento en Ecuador?	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	Créditos con bajas tasas de interés y plazos largos.	113	46,89	75	38,27	0	0,00
2	Desarrollo de políticas públicas a favor de los emprendedores.	39	16,18	33	16,84	0	0,00
3	Descuentos en importación de materias prima.	28	11,62	19	9,69	2	66,67
4	Incentivos tributarios para la exportación de productos emprendedores.	16	6,64	13	6,63	1	33,33
5	Prestamos no reembolsables.	7	2,90	6	3,06	0	0,00
6	Simplificar los trámites para la creación de empresas.	18	7,47	16	8,16	0	0,00
7	Simplificar procesos para el pago de impuestos.	5	2,07	17	8,67	0	0,00
8	Transferencia de conocimientos desde la academia hacia los emprendedores.	15	6,22	17	8,67	0	0,00
Total general		241	100,00	196	100,00	3	100,00

Nota: La figura muestra varios factores podrían facilitar el emprendimiento. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

Conforme la experiencia de los encuestados, consideran que un punto clave que facilitaría el nacimiento de nuevos emprendimientos, es el financiamiento por parte de las instituciones bancarias, no solamente refiriéndose a la adquisición de préstamos, sino también que estos créditos cuenten con beneficios preferentes como son bajas tasas de interés y plazos extendidos. Se puede apreciar sin lugar a duda que el financiamiento es un factor predominante para el nacimiento de nuevos emprendimientos.

Figura 25

Principales problemas que enfrenta la empresa

Código	Principales problemas que enfrenta la empresa en el camino para lograr una gestión óptima en el ámbito administrativo	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	Planificación estratégica de mediano y largo plazo	97	11,48	83	12,13	2	15,38
2	Atención al cliente	42	4,97	35	5,12	1	7,69
3	Liderazgo empresarial	48	5,68	42	6,14	2	15,38
4	Negociación de conflictos	45	5,33	33	4,82	0	0,00
5	Falta de innovación en los productos/servicios de la empresa	54	6,39	55	8,04	0	0,00
6	Desconocimiento de modelos de negocios	58	6,86	56	8,19	0	0,00
7	Registro formal de la contabilidad de la empresa	48	5,68	38	5,56	2	15,38
8	Cumplimiento de las normas tributarias	31	3,67	22	3,22	1	7,69
9	Falta de asesoramiento especializado	54	6,39	50	7,31	0	0,00
10	Inexistencia de normas de gestión de la calidad	28	3,31	20	2,92	0	0,00
11	Clima organizacional	16	1,89	24	3,51	0	0,00
12	Inexistencia de procesos administrativos	33	3,91	19	2,78	0	0,00
13	Falta de capacitación y formación acorde a sus necesidades	34	4,02	41	5,99	1	7,69
14	Manejo de recursos financieros	68	8,05	40	5,85	0	0,00
15	Procesos de comunicación interna	18	2,13	14	2,05	0	0,00
16	Desconocimiento de los ejes estratégicos de la empresa	34	4,02	22	3,22	0	0,00
17	Desconocimiento de estrategias de gestión administrativa, contable, tributaria, de turismo y	59	6,98	41	5,99	2	15,38
18	Normativa interna para normal las actividades de cada área	23	2,72	18	2,63	1	7,69
19	Controles internos y externos	55	6,51	31	4,53	1	7,69
Total General		845	100,00	684	100,00	13	100,00

Nota: La figura muestra los problemas a los que está expuesta la empresa. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

Se puede apreciar que durante el crecimiento de la empresa han existido problemas que han evitado una gestión adecuada en cuanto a lo administrativo, contable o de turismo y promoción; se puede apreciar claramente que los emprendimientos carecen de una planificación estratégica, lo cual se resume en el desconocimiento de estrategias de administración y planificación, por lo tanto se puede deducir que es necesario implementar planes de capacitación tanto para los trabajadores así como para los emprendedores.

Luego de haber analizado los factores que afectan al normal desenvolvimiento de un negocio se puede establecer un listado de requerimientos y requisitos a cumplir, que pueden ser puestos en práctica para mejorar significativamente la administración de los emprendimientos.

CAPÍTULO II: ARTÍCULO PROFESIONAL

2.1. Resumen - Abstract y Palabras clave- Keywords

Este artículo tiene como objetivo brindar una herramienta que permita evaluar el potencial de un emprendimiento, considerando variables establecidas en el instrumento de recolección de información, estableciendo una serie de interrogantes vinculadas con la gestión empresarial para validar el cumplimiento o no de las mismas, lo que podrá orientar a los emprendedores a la mejora de sus negocios en el aspecto administrativo.

Palabras clave: emprendimiento, evaluación, factores, emprendedor, gestión empresarial, planificación.

The objective of this article is to provide a tool that allows evaluating the potential of an enterprise, considering variables established in the information collection instrument, establishing a series of questions related to business management to validate compliance or not with them, the which can guide entrepreneurs to improve their businesses in the administrative aspect.

Keywords: entrepreneurship, evaluation, factors, entrepreneur, bussiness management, planning.

2.2. Introducción

Las actividades emprendedoras se han ido desarrollando en el país de forma constante y paulatina con el pasar de los años gracias a la creciente demanda de productos y servicios, lo cual ha resultado en grandes aciertos, pero también en grandes pérdidas, debido a la desordenada organización y el lanzamiento de los negocios al mercado sin aplicar prácticas de gestión empresarial de una manera adecuada, o en el peor de los casos sin existencia de alguna.

La investigación procura identificar los factores que afectan al potencial de los emprendimientos en la Provincia de Pichincha, con el fin de diseñar un modelo de evaluación que oriente a los emprendedores a conocer los requisitos a considerar para reducir el riesgo de fracaso de su proyecto, usando un listado de variables plasmados en un instrumento de recolección de datos enviado como encuesta a los emprendedores.

El instrumento se elaboró en base a investigaciones previas, de los cuales se obtuvieron variables generales y se añadieron variables que se consideraron de vital importancia al momento de evaluar un emprendimiento.

2.3. Metodología

La investigación es de tipo no experimental, y está enmarcada en un enfoque cuantitativo, con un alcance correlacional para el análisis de las variables que influyen directamente en el desarrollo de un emprendimiento dentro de la provincia de Pichincha. Siendo una investigación de campo, los datos recopilados por medio del instrumento aplicado a los emprendimientos, se consideran para realizar el cruce de la información necesario.

Los estudios correlacionales son de mucha utilidad para identificar cómo se comporta una variable al compararla con otra variable vinculada. De esta manera se intenta obtener un valor lo más exacto posible que tendrá el grupo de individuos o casos de una variable, a partir de la correlación de las variables comparadas.

La población estudiada fue sobre los negocios de la Provincia de Pichincha. La muestra se calculó con una confiabilidad del 90% y un error estándar de estimación del 5%, quedando conformada por 384 emprendimientos.

Para el análisis y correlación de las variables, se elaboraron tablas dinámicas utilizando los resultados de la encuesta, organizando los datos entre género y cada una de las preguntas del instrumento aplicado, se utilizó el software Microsoft Excel.

Parte del instrumento aplicado para la elaboración de la encuesta, es una adaptación de la herramienta diseñada por los bachilleres de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile, Aravena María, Fara Camila y Torres Victoria, mismo que evalúa dominios como son Gobierno Empresarial y Estrategia; Administración y Contabilidad; Persona; Modelo de negocio; Medición, Análisis y Desempeño (Aravena Llenqueo et al., 2012), al cual se le agregó un dominio adicional de Innovación y Marketing, al considerar que en la actualidad es necesario tomar en cuenta las variables inmersas en este campo. (Anexo 1)

El gobierno corporativo abarca un grupo de procedimientos, normas, reglas y principios que reglamentan la estructura y el funcionamiento de la empresa. En este aspecto se considera la existencia de una planificación estratégica a mediano, o largo plazo; y si se han realizado estudios de mercado para que se utilicen durante la toma de decisiones.

La administración como la contabilidad representan actividades fundamentales dentro de cualquier empresa las cuales se ejecutan con el fin de controlar las negociaciones mercantiles y financieras y buscan obtener una alta productividad dentro de la empresa. Para el presente documento se considera el sentido de pertenencia en la empresa, la planificación de los recursos con

el fin de incrementar la productividad, una adecuada administración de los gastos de la empresa y que estos no se mezclen con los gastos del propietario, el registro adecuado de los gastos e ingresos en un sistema contable, la planificación en infraestructura y equipos, el pago a proveedores, la situación de crédito y cobranza a los clientes, así como las obligaciones con el Servicio de Rentas Internas.

Las personas representan a los activos más importantes dentro de una empresa, debido a que sus acciones decidirán el éxito o fracaso de la misma (SAP Concur Colombia, 2021). El en ámbito que corresponde al talento humano y colaboradores de la empresa, se consideran los factores de afiliación al IESS, el cumplimiento en el pago de las remuneraciones conforme a lo estipulado en el contrato, el uso de mecanismos establecidos de forma interna o externa para el proceso de selección de personal, el establecimiento de instrumentos y reconocimientos por eficiencia, y la existencia de capacitaciones para el personal de la empresa.

Un modelo de negocio se define como una herramienta que permite planificar y conocer el tipo de negocio a lanzar al mercado, quienes serán sus consumidores, cómo se realizarán las ventas, y la forma de adquirir ingresos, el mismo debe realizarse previo al plan de negocios (Peiró, 2017). En este aspecto, se consideran los factores de segmentación de clientes, benchmarking, estrategias de fidelización, publicidad enfocada a la fidelización de los clientes, mecanismos para fijar precios, existencia de procesos de mejora continua, uso de mecanismos y criterios establecidos para selección

En cuanto al dominio de medición, análisis y desempeño; el mismo busca analizar los procesos evaluados con la finalidad de incluir los resultados en el análisis para una mejora continua (Aravena Llenqueo et al., 2012), en este aspecto se consideran los factores de presupuestos de ventas para optimizar los flujos de caja, y las evaluaciones del desempeño de los empleados en función de metas propuestas.

En lo que corresponde al dominio de Innovación y marketing, en la actualidad es un aspecto fundamental para las empresas, destacar frente a su competencia, y en la actualidad, los potenciales consumidores y clientes, usan el internet y las redes sociales durante varias horas al día, siendo el mismo, un comunicador en base a sus propias experiencias sobre la compra de algún producto o servicio, ese es un valioso recurso publicitario que debe ser explotado. En este aspecto se consideran factores como la verificación del que el emprendimiento cuente con una página web o una tienda virtual, si dispone de perfiles en redes sociales y si realiza publicidad en estas redes sociales.

Considerando los aspectos externos que afectan al desarrollo de los emprendimientos, se enlistan distintas variables que son puestas a consideración del encuestado, las cuales se enfocan a los posibles factores externos que impiden el crecimiento de la microempresa o negocio evaluado.

Dentro de los factores que facilitaría el crecimiento del emprendimiento, se consideran variables a elegir en función de la experiencia del propietario del negocio, mismas que van dirigidas al aspecto económico, legal y tributario.

En lo que corresponde a los principales problemas que enfrenta la empresa, va enfocado a la gestión empresarial, con las interrogantes planteadas se busca de definir cuál de ellas tiene mayor incidencia y representan un problema que está afrontando la empresa en su camino para lograr una gestión óptima en cuanto al ámbito administrativo, contable o de turismo y promoción.

2.4. Resultados

Pichincha es una de las 24 Provincias del Ecuador, con una población aproximada de 2'576.287 habitantes conforme el último censo de población del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2022) y una superficie de 9.536 kilómetros cuadrados. La Provincia cuenta con 210.618 empresas conforme la información publicada por el INEC respecto a las empresas registradas en el Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE), lo cual representa un 24.89% del total en Ecuador. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2020).

Una vez que se aplicó el instrumento para la recolección de información y posterior análisis de resultados, se identificaron varios aspectos que deberán ser considerados en los emprendimientos para lograr una adecuada gestión empresarial.

De los resultados obtenidos, se puede indicar que, del total de encuestados, un 45% corresponden al género femenino, el 54,4% al género masculino, y el 0,6% restante se considera en otro género.

Figura 26

Planificación estratégica

Código	Existe una planificación estratégica de mediano/largo plazo, que sirva para la toma de decisiones	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	NO	58	23,87	67	33,50	1	33,33
2	SI	185	76,13	133	66,50	2	66,67
Total general		243	100,00	200	100,00	3	100,00

Nota: En la figura se plasma la frecuencia de respuestas segregadas por género en cuanto a la existencia de una planificación estratégica en la organización. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

Si bien es cierto, se puede apreciar que hay una gran cantidad de emprendedores que indican que existe una planificación estratégica a mediano o largo plazo, que servirá para la toma de decisiones, también hay una cantidad considerable en cada caso, la cual bordea el 50% en función de las respuestas de cada género, por lo cual se deberá considerar estudiar este punto y establecer estrategias para mitigar el riesgo.

Figura 27

Gastos personales

Código	Los gastos personales del dueño de la empresa se encuentran separados de los gastos realizados por la empresa.	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	NO	54	22,22	50	25,00	1	33,33
2	SI	189	77,78	150	75,00	2	66,67
Total general		243	100,00	200	100,00	3	100,00

Nota: En la figura se muestra que existe una alta cantidad de emprendimientos en los cuales los gastos empresariales y los gastos personales del dueño no se encuentran separados. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

Para este punto, será necesario establecer políticas y normas que sean aplicables, con la finalidad de gestionar de mejor manera los recursos financieros de la empresa. Es necesario elaborar un estudio a profundidad para determinar las causas que ocasionan esta irregularidad, ya que el estudio está basado únicamente en un análisis correlacional de las variables, no se indaga al punto de gestión interna de cada emprendimiento.

Figura 28

Uso de sistema contable

Código	Los ingresos, costos o gastos se registran de manera regular en un sistema contable	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	NO	65	26,75	60	30,00	1	33,33
2	SI	178	73,25	140	70,00	2	66,67
Total general		243	100,00	200	100,00	3	100,00

Nota: La figura muestra el porcentaje de uso de un sistema contable para el registro de los gastos de manera regular. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

Respecto a este factor, es notable que la mayoría de empresas utilizan un sistema contable, pero hay aún un gran porcentaje que no lo hace, lo cual se considera un inconveniente y un riesgo que genera fallas en la administración de los recursos económicos, dando cabida a errores y pérdidas por un registro manual, en el caso de que exista.

Figura 29

Afiliación al IESS

Código	Todos los trabajadores vinculados a la empresa cuentan con afiliación al IESS	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	NO	108	44,44	85	42,50	1	33,33
2	SI	135	55,56	115	57,50	2	66,67
Total general		243	100,00	200	100,00	3	100,00

Nota: La figura muestra el porcentaje de los emprendimientos que disponen de empleados con afiliación al IESS. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

En este caso, es preocupante la gran cantidad de respuestas negativas sobre la afiliación al IESS de los colaboradores de la empresa, se considera una falencia y un riesgo para el emprendimiento debido a las multas que podrían conllevar la falta de afiliación, además de que el trabajador no cuenta con un seguro de Riesgos del Trabajo que el IESS lo considera dentro de sus beneficios al afiliado.

Figura 30

Manual de procesos

Código	La empresa cuenta con un manual de procesos	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	NO	104	42,80	90	45,00	0	0,00
2	SI	139	57,20	110	55,00	3	100,00
Total general		243	100,00	200	100,00	3	100,00

Nota: La figura muestra el porcentaje de los emprendimientos que cuentan con un manual de procesos. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

En relación a este factor, se puede apreciar que cerca del 50% de empresas, no cuentan con un manual de procesos, lo que se resume a que no existen políticas, reglamentos, normas, estatutos, inclusive sanciones, y todo lo demás que corresponde a la gestión de la organización.

Figura 31

Evaluación de desempeño

Código	Se realizan evaluaciones del desempeño de los empleados en base a metas propuestas	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	NO	89	36,63	77	38,50	0	0,00
2	SI	154	63,37	123	61,50	3	100,00
Total general		243	100,00	200	100,00	3	100,00

Nota: La figura muestra el porcentaje de empresas que realizan evaluaciones del desempeño a sus empleados. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

Figura 32

Reconocimientos por buen desempeño

Código	La empresa cuenta con instrumentos de reconocimiento y estímulos por el buen desempeño y logro de metas	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	NO	80	32,92	60	30,00	1	33,33
2	SI	163	67,08	140	70,00	2	66,67
Total general		243	100,00	200	100,00	3	100,00

Nota: La figura muestra el porcentaje de las empresas que cuentan con reconocimientos hacia los empleados por el cumplimiento de metas. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

En cuanto a lo que refiere a evaluaciones del desempeño que se muestran en la *figura 32 y figura 33*, se puede destacar que aproximadamente un 40% de empresas, no disponen de este proceso, o si lo realizan de alguna manera, no se reconocen los logros de los trabajadores, este es un punto que debe ser estudiado de una manera más profunda.

Figura 33

Publicidad en redes sociales

Código	El emprendimiento realiza publicidad en redes sociales	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	NO	58	23,87	49	24,50	1	33,33
2	SI	185	76,13	151	75,50	2	66,67
Total general		243	100,00	200	100,00	3	100,00

Nota: La figura muestra el porcentaje de negocios que realizan su publicidad en redes sociales. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

En este aspecto, se puede notar que aun siendo un bajo porcentaje de emprendimientos que no realiza publicidad en redes sociales, se podría explotar este recurso por medio de la implementación de un plan de marketing digital.

Figura 34

Aspectos externos que afectan el crecimiento del negocio

Código	Principales aspectos externos que consideran más importante que impide el crecimiento de la microempresa o negocio	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	Altas tasas de impuestos	101	9,08	76	8,97	1	9,09
2	Alto costo de las regulaciones o normas	44	3,96	41	4,84	1	9,09
3	Altos costos de servicios legales	92	8,27	64	7,56	1	9,09
4	Altos costos laborales	58	5,22	48	5,67	0	0,00
5	Costo de contratar nuevos empleados	51	4,59	37	4,37	1	9,09
6	Escasez de materias primas	52	4,68	40	4,72	1	9,09
7	Escaso acceso a servicios TIC's	15	1,35	22	2,60	1	9,09
8	Falta de acceso a financiamiento	112	10,07	85	10,04	2	18,18
9	Falta de demanda	43	3,87	33	3,90	0	0,00
10	Falta de formación comercial	35	3,15	44	5,19	0	0,00
11	Falta de trabajadores capacitados	43	3,87	21	2,48	0	0,00
12	Incertidumbre sobre el estado de la economía	95	8,54	65	7,67	1	9,09
13	Inflexibilidad laboral	29	2,61	18	2,13	0	0,00
14	La corrupción	104	9,35	67	7,91	0	0,00
15	otro	60	5,40	35	4,13	1	9,09
16	Registro de marcas	40	3,60	37	4,37	0	0,00
17	Registro de patentes	37	3,33	33	3,90	0	0,00
18	Temor al fracaso	55	4,95	45	5,31	0	0,00
19	Tramitología	46	4,14	36	4,25	1	9,09
Total general		1112	100,00	847	100,00	11	100,00

Nota: La figura describe los principales aspectos externos que impiden el crecimiento del negocio. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

En este apartado, se puede apreciar que la frecuencia de incidencia de cada uno de los aspectos externos que afectan a la empresa e impiden el crecimiento, es elevada, siendo los aspectos más considerables, las altas tasas de impuestos, la falta de acceso a financiamiento, los altos costos de servicios legales, la incertidumbre sobre el estado de la economía, así como la corrupción, sin dejar de lado los demás factores que sin duda afectan a los emprendimientos.

De los aspectos externos que afectan a la organización y que representan un obstáculo para el desarrollo de los negocios se enlistan de forma general, se puede apreciar que los aspectos que fueron considerados por los encuestados, corresponden a factores financieros, en primer lugar con una frecuencia de 199 respuestas, la falta de acceso a un financiamiento, en segundo lugar respecto al tema financiero, con una frecuencia de 188 respuestas, están las altas tasas de impuestos; seguido en un tercer lugar la incertidumbre sobre el estado económico del país, en cuarto lugar un factor también importante, que corresponde a los altos costos de servicios legales, con 157 respuestas, todas estas tomadas de forma global sin distinción de género.

Figura 35

Factores considerados que facilitarían el emprendimiento en Ecuador

Código	Acorde a su experiencia ¿Cuál de los siguientes factores facilitaría el emprendimiento en Ecuador?	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	Créditos con bajas tasas de interés y plazos largos.	113	46,89	75	38,27	0	0,00
2	Desarrollo de políticas públicas a favor de los emprendedores.	39	16,18	33	16,84	0	0,00
3	Descuentos en importación de materias prima.	28	11,62	19	9,69	2	66,67
4	Incentivos tributarios para la exportación de productos emprendedores.	16	6,64	13	6,63	1	33,33
5	Prestamos no reembolsables.	7	2,90	6	3,06	0	0,00
6	Simplificar los trámites para la creación de empresas.	18	7,47	16	8,16	0	0,00
7	Simplificar procesos para el pago de impuestos.	5	2,07	17	8,67	0	0,00
8	Transferencia de conocimientos desde la academia hacia los emprendedores.	15	6,22	17	8,67	0	0,00
Total general		241	100,00	196	100,00	3	100,00

Nota: La figura muestra los factores que los encuestados consideraron como facilitadores del emprendimiento en el Ecuador. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

En este punto los emprendedores encuestados han seleccionado del listado proporcionado, de acuerdo a su experiencia, los factores que cada uno considera que podrían facilitar el emprendimiento en el Ecuador, siendo el factor más significativo, la obtención de créditos con bajas tasas de interés y plazos extensos, así como el desarrollo de políticas públicas a favor de los emprendedores, aun cuando existe una Ley de Emprendimiento, aprobada por la Asamblea Nacional en 2020. (Registro Oficial, 2020), no se puede determinar si la mencionada ley es de conocimiento de los emprendedores encuestados. Sin embargo, se puede apreciar en los resultados de la tabulación que, sin lugar a duda los emprendedores consideran que el financiamiento es un factor predominante para el nacimiento de nuevos negocios.

Figura 36

Problemas que enfrenta la empresa en la gestión administrativa

Código	Principales problemas que enfrenta la empresa en el camino para lograr una gestión óptima en el ámbito administrativo	Hombre		Mujer		Otro	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
1	Planificación estratégica de mediano y largo plazo	97	11,48	83	12,13	2	15,38
2	Atención al cliente	42	4,97	35	5,12	1	7,69
3	Liderazgo empresarial	48	5,68	42	6,14	2	15,38
4	Negociación de conflictos	45	5,33	33	4,82	0	0,00
5	Falta de innovación en los productos/servicios de la empresa	54	6,39	55	8,04	0	0,00
6	Desconocimiento de modelos de negocios	58	6,86	56	8,19	0	0,00
7	Registro formal de la contabilidad de la empresa	48	5,68	38	5,56	2	15,38
8	Cumplimiento de las normas tributarias	31	3,67	22	3,22	1	7,69
9	Falta de asesoramiento especializado	54	6,39	50	7,31	0	0,00
10	Inexistencia de normas de gestión de la calidad	28	3,31	20	2,92	0	0,00
11	Clima organizacional	16	1,89	24	3,51	0	0,00
12	Inexistencia de procesos administrativos	33	3,91	19	2,78	0	0,00
13	Falta de capacitación y formación acorde a sus necesidades	34	4,02	41	5,99	1	7,69
14	Manejo de recursos financieros	68	8,05	40	5,85	0	0,00
15	Procesos de comunicación interna	18	2,13	14	2,05	0	0,00
16	Desconocimiento de los ejes estratégicos de la empresa	34	4,02	22	3,22	0	0,00
17	Desconocimiento de estrategias de gestión administrativa, contable, tributaria, de turismo y	59	6,98	41	5,99	2	15,38
18	Normativa interna para normal las actividades de cada área	23	2,72	18	2,63	1	7,69
19	Controles internos y externos	55	6,51	31	4,53	1	7,69
Total General		845	100,00	684	100,00	13	100,00

Nota: La figura muestra los principales problemas que puede enfrentar una empresa en la gestión administrativa. Tomado de la *Encuesta a Emprendedores*.

En este punto se enlistan los principales problemas que se consideró que podrían afectar la empresa en cuanto a la gestión administrativa, siendo la más destacada la Planificación estratégica de mediano y largo plazo, que como se mostró en la *figura 27* aun es necesario que se implemente en un porcentaje considerable de negocios.

2.5. Discusión

Dentro de la adaptación del modelo para la evaluación del potencial del emprendimiento que fue utilizado, se encuentran determinados los dominios de Gobierno Empresarial y Estrategia; Administración y Contabilidad; Persona; Modelo de negocio; Medición, Análisis y Desempeño (Aravena Llenqueo et al., 2012), al cual se le agregó un dominio adicional de Innovación y Marketing, al considerar que en la actualidad es necesario tomar en cuenta las variables inmersas en este campo.

Los factores correspondientes al dominio de Gobierno Empresarial y Estrategia, puntualmente con la Planificación Estratégica que es utilizada en los emprendimientos evaluados, en su gran mayoría los encuestados indican que en sus organizaciones existe una Planificación Estratégica, sin embargo es necesario el estudio más a fondo de este punto, porque únicamente se cuenta con una respuesta de existencia según el conocimiento del encuestado, más no un desglose que evidencie el uso adecuado de la Planificación. Conforme el modelo de investigación general para el estudio del potencial empresarial (Batista, 1999), se puede constatar que dentro de los aspectos que corresponden netamente a la organización, se encuentran enlistados los factores de Estructura, Estrategia, Proceso, Cultura y Resultados; estudio del cual se ha utilizado lo correspondiente a Estrategia, sin embargo se recalca que la información es limitada a una respuesta dicotómica, por lo tanto deben ser ampliados y considerados al momento de realizar la evaluación del potencial de cada emprendimiento.

En relación al dominio de Administración y Contabilidad, el hallazgo en este punto se refiere al inconveniente de la administración de los recursos económicos, ya que los gastos del emprendedor no se encuentran separados de los gastos de la organización, por lo tanto, es necesario el establecimiento de políticas y normas dentro de la organización, que a largo plazo beneficiarán al negocio al tener las cuentas administradas de la manera correcta; respecto al no uso de un sistema contable se considera un inconveniente y un riesgo que genera fallas en la administración de los recursos económicos, dando cabida a errores y pérdidas por un registro manual, en el caso de que exista.

En el dominio de Personas, se considera que la situación es preocupante, al tener una alta incidencia de empleados que no se encuentran afiliados al IESS, esto puede ser considerado una falencia y un riesgo para el emprendimiento debido a las multas que podrían conllevar la falta de afiliación, además de que el trabajador no cuenta con un seguro de salud para atención médica y mucho menos de uno que cubra algún accidente de trabajo, prestaciones que están incluidas para los afiliados del IESS por medio de Riesgos del Trabajo.

Respecto al dominio de Modelos de Negocio, el factor preponderante considerado como un problema para el emprendimiento, es la inexistencia de un manual de procesos, dejando cabida a fallas en la administración del negocio, al no contar con los estatutos, políticas, normas que rigen a la organización.

En cuanto al dominio de Medición, análisis y desempeño, es notorio que al no existir estrategias definidas para el análisis de desempeño que deberían estar consideradas en el manual de procesos, no hay una base para definir metas y objetivos, por lo tanto, será muy complicado evaluar a los empleados sobre metas que no están dentro de una normativa empresarial.

En el dominio adicional que se utilizó para este estudio que fue denominado como Innovación y Marketing, el cual no se lo consideró como un riesgo potencial, por la poca publicidad de los emprendimientos en las redes sociales, sin embargo, se podría subsanar con la implementación de estrategias publicitarias o un plan de marketing digital y que se pueda explotar este recurso de una manera adecuada.

Entre los aspectos externos que más afectan a los emprendimientos, se encontraron factores como son el entorno empresarial, las altas tasas de impuestos, así como la falta de acceso a financiamiento.

Uno de los aspectos más importantes es el financiamiento, para lograr que los emprendimientos tengan un despegue y se mantengan en el mercado, es necesario que cuenten con créditos con beneficios, como son bajas tasas de interés y plazos extendidos.

Uno de los más grandes limitantes, a parte de los problemas generales que afectan a los emprendimientos es la falta de Planificación Estratégica, que si bien es cierto, las empresas encuestadas indican que si cuentan con una, el estudio no tiene el alcance para indagar si está correctamente implementada o si en realidad existe.

CONCLUSIONES

- Se realizó la evaluación el potencial de los emprendimientos, basado en los factores que pueden afectar el normal desarrollo de los negocios en la provincia de Pichincha, estudio del cual se pudo elaborar un instrumento que puede ser utilizado como línea base para conocer los factores que afectan los emprendimientos, y de esta manera minimizar riesgo de fracaso de los mismos.
- Se pudo diagnosticar factores internos y externos que afectan a los emprendimientos, de lo cual se elaboró un listado que puede ser utilizado para estudios más detallados.
- Se elaboró un instrumento para la evaluación del potencial de los emprendimientos de la Provincia de Pichincha, así como para estudios posteriores que puedan ser mejorados.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda extender la investigación a un nivel más detallado, con la finalidad de abarcar cada variable y cada factor identificado en los hallazgos, de una manera adecuada y estratégica, con el fin de mitigar los riesgos inmersos en los mismo.
- Se recomienda trabajar en las actividades pertinentes para implementar un plan estratégico dentro de los emprendimientos que no cuentan con uno, así como la creación de un manual de procesos en las empresas, con el fin de mejorar la gestión interna en la organización.
- Se recomienda dar continuidad a la mejora del instrumento de evaluación aplicado en esta investigación para ampliar su alcance, inclusive para llegar a validar el nivel de satisfacción de los empleados y colaboradores de la organización.

BIBLIOGRAFÍA

- Aiteco Consultores. (1999-2022). *Modelos de Calidad en Latinoamérica*. Obtenido de Aiteco Consultores: <https://www.aiteco.com/calidad-en-latinoamerica-cono-sur/>
- Alquinga, B., Guevara, C., & Guachamin, M. (2021). Factores que Influyen en la Intención de Empezar de los Desempleados en Momento de la Crisis Económica y Sanitaria (Covid-19). *Cuestiones Económicas*. doi:10.47550/RCE/MEM/31.58
- Aravena Llenqueo, M. B., Fara Belmar, C. A., & Torres Mardones, V. A. (2012). *Universidad de Chile, Facultad de Economía y Negocios*. Obtenido de https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108118/ec-aravena_l.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Barra, C., Osorio, C., & Pavez, W. (2011). *Repositorio Académico de la Universidad de Chile*. Obtenido de <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/113604>
- Batista, R. (1999). *Diagnóstico del potencial empresarial: Análisis de la zona comercial de Triana*. Obtenido de Fundación Universitaria de las Palmas: <https://accedacris.ulpgc.es/handle/10553/7540>
- Bedi, H. S. (14 de Julio de 2017). *Entrepreneurship: A State of the Art Review*. Obtenido de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3006534
- Burgos, R., & Villar, L. (Agosto de 2016). *Caribeña de Ciencias Sociales*. Obtenido de LOS EMPRENDIMIENTOS DESDE LA PERSPECTIVA HISTÓRICA, ECONÓMICA Y SOCIAL, EN EL ESCENARIO MUNDIAL Y DEL ECUADOR: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2016/08/emprendimientos.html>
- Carranza Quimi, W. D., Carranza Quimi, E. J., & Manosalvas Vaca, L. O. (10 de Septiembre de 2021). *Evaluación de la autoeficacia de emprendimiento y las capacidades de innovación en emprendedores del servicio turístico*. Obtenido de Repositorio Digital UIDE: <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/4769>
- Chávez Garcés, K. V., Traverso Holguín, P. A., Merizalde Véliz, D. C., Espinoza Moreira, D. R., Solís Muñoz, J. B., Reyes Cárdenas, N. A., & Giler Escandón, L. V. (2017). *El emprendimiento en Ecuador. Visión y perspectivas*. Universidad ECOTEC.
- Diez Farhat, S., Vargas Valdiviezo, M. A., & Acosta Ramírez, N. (2021). *Análisis estructural de los factores que inciden en el emprendimiento*. doi:<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29066223022>
- EC, Emprendimiento. (2020). *Emprendimiento.ec*. Obtenido de ¿Por qué fracasan los emprendimientos?: <https://emprendimiento.ec/emprende/por-que-fracasan-los-emprendimientos/>
- Garrett, C. (03 de Marzo de 2022). *Gobierno corporativo: definición, estrategias y ejemplos*. Obtenido de Selectra: <https://climate.selectra.com/es/empresas/gobierno-corporativo#que-es-el-gobierno-corporativo>
- González Ortiz, R., & Zúñiga Álvarez, A. (2011). Método CEPCEs para la Evaluación del Potencial Emprendedor. *Journal of Technology Management & Innovation*, 99.

- Guananga Quishpe, L. A., Rodríguez Caiza, M. G., & Albán Pérez, G. G. (2018). *Situación y gestión del emprendimiento*. Obtenido de Repositorio Digital Universidad Central del Ecuador: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/15558>
- Guillermo, W. (30 de Mayo de 2020). *Entorno empresarial*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/entorno-empresarial.html>
- Gutama Chuñir, M. G., & Jiménez Benavides, P. S. (Enero de 2019). *El emprendimiento y su evolución como una alternativa laboral en el contexto latinoamericano: una revisión de literatura*. Obtenido de Universidad de Cuenca: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/31772/1/EL%20EMPREDIMIENTO%20Y%20SU%20EVOLUCI%C3%93N%20COMO%20UNA%20ALTERNATIVA%20LABORA.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta edición ed.). McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- INEC. (2022). *Población y Demografía*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2020). *Directorio de empresas*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec//directoriodeempresas/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2022). *Visualizador de Estadísticas Empresariales 2020*. Obtenido de Información empresarial, territorial y sectorial: <https://public.tableau.com/app/profile/instituto.nacional.de.estad.stica.y.censos.inec./viz/VisualizadordeEstadsticasEmpresariales2020/Dportada>
- ISOTools Excellence. (s.f.). *El Modelo Chileno de gestión de la Excelencia*. Obtenido de ISOTools Excellence: <https://www.isotools.cl/el-modelo-chileno-de-gestion-de-la-excelencia/>
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeñana, X. (2019-2020). ESPAE Escuela de Negocios. *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020*, 65. Obtenido de <https://www.espae.edu.ec/>: https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf
- Lay Bobadilla, P., Nikulin Chandia, C., Viveros Gunckel, P., Dorochesi Fernandois, M., & Crespo Márquez, A. (2017). *Metodología para el análisis de problemas y limitaciones en emprendimientos universitarios*. Obtenido de INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81849067007>
- López, G., & Rivera, J. (2020). De la teoría a la práctica: el emprendimiento en Ecuador en época de COVID 19. *REVISTA INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO I+D*, 12.
- Peiró, R. (04 de Agosto de 2017). *Modelo de negocio*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/modelo-de-negocio.html>
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2021). *Definición de Emprendimiento*. Obtenido de Definicion.de: <https://definicion.de/emprendimiento>
- Portuguez Castro, M., Valenzuela González, J., & Navarro Corona, C. (2018). *Diseño y validación de un test de evaluación del potencial en emprendimiento social*. Obtenido de REVESCO: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6524639>

- Registro Oficial. (28 de Febrero de 2020). *Registro Oficial*. Obtenido de <https://www.registroficial.gob.ec/index.php/registro-oficial-web/publicaciones/registro-oficial/item/12639-registro-oficial-no-151>
- Sánchez Torres, D. E. (2012). *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*. Obtenido de Repositorio de Tesis de Grado y Posgrado: <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/5380>
- SAP Concur Colombia. (20 de Diciembre de 2021). *Gestión empresarial: ¿en qué consiste y cómo optimizarla?* Obtenido de <https://www.concur.co/news-center/gestion-empresarial-en-que-consiste>
- Significados.com. (2022). *Emprendimiento*. Obtenido de Significados.com: <https://www.significados.com/emprendimiento/>
- Significados.com. (2022). *Investigación de Campo*. Obtenido de Significados.com: <https://www.significados.com/investigacion-de-campo/>
- Tapia Hermida, L. X., & Riera Suárez, J. E. (Noviembre de 2018). *Emprendimientos, una alternativa para el desarrollo del Ecuador*. Obtenido de Eumed.net: <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/11/emprendimientos-desarrollo-ecuador.html>
- Universidad Tecnológica Israel. (08 de 2022). *Encuesta a Emprendedores*. Obtenido de Google Forms: <https://forms.gle/vRiY39me75RZdDRj9>
- Useche Aguirre, M. C., Pereira Burgos, M. J., & Barragán Ramírez, C. A. (Octubre de 2021). *Retos y desafíos del emprendimiento ecuatoriano, trascendiendo a la pospandemia*. Obtenido de Revista de Ciencias de la Administración y Economía - Universidad Politécnica Salesiana: <https://retos.ups.edu.ec/index.php/retos/article/view/22.2021.05>
- Vargas Valdiviezo, M. A., & Uttermann Gallardo, R. (2020). *Emprendimiento: factores esenciales para su constitución*. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90). doi:10.37960/rvg.v25i90.33029
- Velasco Tapia, K. C. (2020). *Estrategia de implementación de herramientas Lean para micro y pequeñas empresas*. Obtenido de Repositorio Digital USFQ: <https://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/10523>

ANEXOS

ANEXO 1 FORMATO DE ENCUESTA

ENCUESTA A EMPRENDEDORES

Estimados microempresarios. El objetivo de la presente encuesta que está realizando la Universidad Tecnológica Israel, tiene como objetivo determinar la situación actual de los emprendedores y entender los factores de éxito o fracaso y su aporte a la economía del Ecuador. La finalidad de la presente encuesta es netamente académica y con fines investigativos. Toda la información es confidencial.

De antemano le agradecemos por su valioso aporte al responder esta encuesta que le tomará 5 minutos.

INFORMACIÓN GENERAL DEL EMPRENDIMIENTO			
Nombre de la empresa:			
Dirección de la empresa			
Nombre de la persona entrevistada:		Cargo:	Fecha:
Género: <input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer	Edad: <input type="checkbox"/> 20-24 <input type="checkbox"/> 40-44 <input type="checkbox"/> 25-29 <input type="checkbox"/> 45-49 <input type="checkbox"/> 30-34 <input type="checkbox"/> >50 <input type="checkbox"/> 35-39	Estado civil <input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Divorciado <input type="checkbox"/> Soltero <input type="checkbox"/> Viudo <input type="checkbox"/> Unión libre <input type="checkbox"/> Pareja de hecho	Nivel escolar <input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Certificación Artesanal <input type="checkbox"/> Tecnólogo <input type="checkbox"/> Universidad inconclusa <input type="checkbox"/> Universidad concluida <input type="checkbox"/> Maestría
Actividad o giro de negocio: <input type="checkbox"/> Agricultura <input type="checkbox"/> Industria manufacturera <input type="checkbox"/> Construcción <input type="checkbox"/> Comercio al por mayor <input type="checkbox"/> Comercio al por menor <input type="checkbox"/> Restauración <input type="checkbox"/> Actividades financieras <input type="checkbox"/> Arte, entretenimiento y recreación <input type="checkbox"/> Otro		Año de creación de la empresa: <input type="checkbox"/> Hasta 1 año <input type="checkbox"/> 1 a 3 años <input type="checkbox"/> 3 a 5 años <input type="checkbox"/> Más de 5 años	Tamaño de la organización (número de empleados): <input type="checkbox"/> Microempresa (1-9 empleados) <input type="checkbox"/> Pequeña empresa (10-49 empleados) <input type="checkbox"/> Mediana empresa (50-199 empleados) <input type="checkbox"/> Grande empresa (más de 200 empleados)
		Figura legal de la empresa <input type="checkbox"/> Sociedad Anónima <input type="checkbox"/> Responsabilidad limitada <input type="checkbox"/> SAS <input type="checkbox"/> Persona natural obligada a llevar contabilidad <input type="checkbox"/> Persona natural no obligada a llevar contabilidad	

Fuentes de financiamiento de la puesta en marcha del negocio <input type="checkbox"/> Ahorros personales <input type="checkbox"/> Préstamos de amigos, parientes <input type="checkbox"/> Préstamos de un banco comercial <input type="checkbox"/> Otros: _____		La inversión inicial para su emprendimiento fue: <input type="checkbox"/> desde 1 hasta 1000 dólares <input type="checkbox"/> desde 1001 hasta 5000 dólares <input type="checkbox"/> desde 5001 hasta 10000 dólares <input type="checkbox"/> desde 10000 dólares en adelante		
CARACTERIZACIÓN DE LA SITUACIÓN DE LA EMPRESA				
¿Cómo califica la situación económica general de su empresa en el año 2022, con respecto al año 2021? <input type="checkbox"/> Mejor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Peor		Durante los próximos 5 años usted espera que su negocio: <input type="checkbox"/> Se mantenga igual <input type="checkbox"/> Abra un nuevo local <input type="checkbox"/> Aumente el número de empleados <input type="checkbox"/> Venda en otras regiones del país <input type="checkbox"/> Sea vendido <input type="checkbox"/> Comience a exportar <input type="checkbox"/> Disminuyan las ventas		
Señale, en promedio el nivel de ingresos mensuales de su negocio. <input type="checkbox"/> Desde 1 hasta 500 dólares <input type="checkbox"/> Desde 501 hasta 1000 dólares <input type="checkbox"/> Desde 1001 hasta 2000 dólares <input type="checkbox"/> Desde 2001 hasta 5000 dólares <input type="checkbox"/> Desde 5000 en adelante		Señale, el nivel de ingresos la utilidad en términos porcentuales mensuales. <input type="checkbox"/> Del 1% al 10% <input type="checkbox"/> Del 11% al 20% <input type="checkbox"/> Del 21% al 30% <input type="checkbox"/> Del 31% al 50% <input type="checkbox"/> Más del 50%		
POTENCIAL DEL EMPRENDIMIENTO				
3. Señale si su negocio cuenta con los siguientes aspectos a continuación.				
			SI	NO
Gobierno empresarial y estrategia	Existe una planificación estratégica de mediano/largo plazo			
	Las decisiones se toman con base a la información del mercado y de los clientes.			
Administración y contabilidad	Se fomenta el sentido de pertenencia en la empresa.			
	Se planifica, asigna y organiza los recursos para incrementar la productividad.			
	Los gastos personales del dueño de la empresa se encuentran separados de los gastos realizados por la empresa.			
	Los ingresos, costos o gastos se registran de manera regular en un sistema contable			
	Se planifican las inversiones (infraestructura y equipos, etc.) que deben realizarse en la empresa, evaluando plazos, presupuesto y formas de financiamiento.			
	Se mantienen pagos al día de proveedores.			
	Se controla la situación de cobranza de los clientes.			
Personas	La empresa conoce y cumple con todos los requisitos y obligaciones que establece el SRI.			
	Todos los trabajadores vinculados a la empresa cuentan con afiliación al IESS			
	Las remuneraciones se pagan de acuerdo a lo estipulado en el contrato.			
	Se utilizan mecanismos establecidos (internos y/o externos) de reclutamiento y selección del personal (fijo o temporal) de acuerdo a los requerimientos de la empresa.			
	La empresa cuenta con instrumentos de reconocimiento y estímulos por el buen desempeño y logro de metas.			
La empresa realiza capacitaciones al personal mediante invitaciones a cursos de Especialización u otros				

Modelos de negocios	Se desarrollan los productos/servicios en base a la segmentación de los clientes		
	El empresario tiene conocimiento de sus competidores.		
	La empresa cuenta con estrategias de fidelización de clientes		
	La empresa realiza publicidad, con el objetivo de mantenerse cercanos a los clientes		
	Se utiliza algún mecanismo establecido para fijar los precios de los productos y/o servicios de la empresa.		
	El producto o servicio que se entrega a los clientes se encuentra en constantes procesos de mejora continua		
	La empresa cuenta con mecanismos y criterios establecidos para seleccionar a los proveedores		
	La empresa cuenta con un manual de procesos		
Medición, análisis, desempeño	La empresa realiza presupuestos de ventas para optimizar los flujos de caja		
	Se realizan evaluaciones del desempeño de los empleados en base a metas propuestas.		
Innovación y marketing	El emprendimiento cuenta con una página web, o tienda virtual		
	El emprendimiento tiene perfiles en redes sociales.		
	El emprendimiento realiza publicidad en redes sociales.		

4. ¿Cuáles son los principales aspectos externos que consideran más importante que impide el crecimiento de su microempresa o negocio?

- Altos costos de servicios legales
- Altos costos laborales
- Escasez de materias primas
- Falta de acceso a financiamiento
- Falta de formación comercial
- Inflexibilidad laboral
- La corrupción
- Registro de marcas
- Registro de patentes
- Temor al fracaso
- Tramitología
- Falta de demanda
- Escaso acceso a servicios TIC's
- Falta de trabajadores capacitados
- Costo de contratar nuevos empleados
- Alto costo de las regulaciones o normas
- Altas tasas de impuestos
- Incertidumbre sobre el estado de la economía
- Otro: _____

5. Seleccione una opción acorde a su experiencia ¿Cuál de los siguientes factores facilitaría el emprendimiento en Ecuador?

- Créditos con bajas tasas de interés y plazos largos.
- Desarrollo de políticas públicas a favor de los emprendedores.
- Prestamos no reembolsables.
- Simplificar los trámites para la creación de empresas.
- Simplificar procesos para el pago de impuestos.
- Transferencia de conocimientos desde la academia hacia los emprendedores.
- Descuentos en importación de materias prima.
- Incentivos tributarios para la exportación de productos emprendedores.

6. Indique cuáles son los principales problemas que enfrenta la empresa en el camino para lograr una gestión óptima en el ámbito administrativo, contable o de turismo y promoción.

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Planificación estratégica de mediano y largo plazo | <input type="checkbox"/> Inexistencia de procesos administrativos |
| <input type="checkbox"/> Atención al cliente | <input type="checkbox"/> Falta de capacitación y formación acorde a sus necesidades |
| <input type="checkbox"/> Liderazgo empresarial | <input type="checkbox"/> Manejo de recursos financieros |
| <input type="checkbox"/> Negociación de conflictos | <input type="checkbox"/> Procesos de comunicación interna |
| <input type="checkbox"/> Falta de innovación en los productos/servicios de la empresa | <input type="checkbox"/> Desconocimiento de los ejes estratégicos de la empresa |
| <input type="checkbox"/> Desconocimiento de modelos de negocios | <input type="checkbox"/> Desconocimiento de estrategias de gestión administrativa, contable, tributaria, de turismo y promoción |
| <input type="checkbox"/> Registro formal de la contabilidad de la empresa | <input type="checkbox"/> Normativa interna para normar las actividades de cada área |
| <input type="checkbox"/> Cumplimiento de las normas tributarias | <input type="checkbox"/> Controles internos y externos |
| <input type="checkbox"/> Falta de asesoramiento especializado | |
| <input type="checkbox"/> Inexistencia de normas de gestión de la calidad | |
| <input type="checkbox"/> Clima organizacional | |

ANEXO 2 VALIDACIÓN DE EXPERTOS



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS "ESPOG"

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Estimado colega:

Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación **Evaluación del potencial de los emprendimientos en la provincia de Pichincha**. Sus criterios son de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos informativos

Validado por: Odette Pantoja Díaz

Título obtenido: PhD Administración y Dirección de Empresas

C.I.: 0958149262

E-mail: opantoja@uisrael.edu.ec

Institución de Trabajo:

Cargo: Docente

Años de experiencia en el área: 10

Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sinceridad del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

Tema: "EVALUACIÓN DEL POTENCIAL DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA"

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Pertinencia	X				
Aplicabilidad	X				
Factibilidad	X				
Novedad	X				
Modelo de importación (caracterización, flujograma y procedimiento)	X				
TOTAL	25				

Observaciones: Ninguna

Recomendaciones: Se sugiere desarrollar los procesos de publicación y divulgación de los resultados de la investigación desarrollada.

Lugar, fecha de validación: 29 de agosto de 2022.



Firmado digitalmente por:
**ODETTE
PANTOJA**

Firma del especialista
Odette Pantoja Diaz



**Universidad
Israel**

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Estimado colega:

Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación **Evaluación del potencial de los emprendimientos en la provincia de Pichincha**. Sus criterios son de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos informativos

Validado por: Edwin Ovidio Sotalin Tituaña

Título obtenido: Magíster en Administración de Empresas

C.I.: 1710058395

E-mail: edwin.sotalin@iess.gob.ec

Institución de Trabajo: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

Cargo: Administrador DBA

Años de experiencia en el área: 9



Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sinceridad del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

Tema: "EVALUACIÓN DEL POTENCIAL DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA"

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Pertinencia	X				
Aplicabilidad	X				
Factibilidad	X				
Novedad	X				
Modelo de importación (caracterización, flujograma y procedimiento)	X				
TOTAL	25				

Observaciones: Ninguna

Recomendaciones: Ninguna

Quito, 29 de agosto de 2022.



Firmado digitalmente por:
EDWIN OVIDIO
SOTALIN
TITUANA

Firma del especialista
Edwin Ovidio Sotalín Tituaña