

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

Factores que influyen en el emprendimiento de microempresas dedicadas a la venta de comidas en el cantón Durán.

AUTORA:

Sánchez Camacho, Kerly Isabel

Previa a la obtención del Grado Académico:

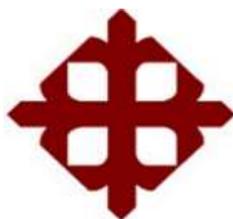
MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TUTOR:

Ing. Sopó Montero, Gerson Rosenberg, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

2023



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Certificación

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la Ing. Sánchez Camacho Kerly Isabel, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magíster en Administración de Empresas.

DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Ing. Sopó Montero, Gerson Rosenberg, Mgs.

REVISOR

Ángel Castro Peñarreta

DIRECTORA DEL PROGRAMA

Econ. María del Carmen Lapo Maza, Ph.D.

Guayaquil, a los 9 días del mes de febrero del año 2023



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Declaración de responsabilidad

Yo, Sánchez Camacho, Kerly Isabel

DECLARO QUE:

El Proyecto de Investigación “Factores que influyen en el emprendimiento de microempresas dedicadas a la venta de comidas en el cantón Durán” previa a la obtención del Grado Académico de MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de la tesis del Grado Académico en mención. Guayaquil, a los 9 días del mes de febrero del año 2023

LA AUTORA

Sánchez Camacho, Kerly Isabel



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Autorización

Yo, Sánchez Camacho, Kerly Isabel

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Proyecto de Investigación de Maestría en Administración de Empresas, titulada: Factores que influyen en el emprendimiento de microempresas dedicadas a la venta de comidas en el cantón Durán, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 9 días del mes de febrero del año 2023

LA AUTORA

Sánchez Camacho, Kerly Isabel



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Reporte de Urkund

URKUND

Documento [Tesis final correcciones.docx](#) (D154904199)

Presentado 2023-01-04 11:25 (-05:00)

Presentado por kis-c@live.com

Recibido maria.lapo.ucsg@analysis.orkund.com

Mensaje RV: Corrección de la revision de tesis. [Mostrar el mensaje completo](#)

1% de estas 54 páginas, se componen de texto presente en 2 fuentes.

51% # 1 Activo

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Certificación

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la Ing. Sánchez Camacho Kerty Isabel, como requerimiento parcial para la obtención del

Grado Académico de Magister en Administración de Empresas.

DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN _____ Ing. Sopó Montero, Gerson
Rosenberg, Mgs. REVISOR

DIRECTORA DEL PROGRAMA _____

Guayaquil, a los ___ días del mes de septiembre del año 2022

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL SISTEMA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tabla de contenidos

Resumen.....	XI
Abstract.....	XII
Introducción	1
Planteamiento de la investigación.....	5
Objeto de estudio.	5
Campo de acción	5
Planteamiento del problema.....	6
Formulación del problema	9
Justificación.....	10
Preguntas de investigación	11
Objetivos de investigación	12
Objetivo general	12
Objetivos específicos	12
Capítulo I.....	13
Marco teórico conceptual	13
Emprendimiento	13
Ventajas y desventajas de ser emprendedor	14
Toma de decisiones.....	15
Recursos humanos en el emprendimiento	17
Profesionales en el emprendimiento	19
Incubadoras de emprendimientos como base intrínseca de formación de negocios	20
Visión de un nuevo negocio como innovación en el mercado	21
Necesidades de los consumidores	23
Perfeccionamiento del negocio y ciclo del emprendimiento	24

Factores que afectan el emprendimiento	26
Factores externos	27
Viabilidad del mercado.....	27
Competencia.....	28
Economía.....	29
Estabilidad legal.....	30
Factores internos	31
Modelo de formación empresarial.....	31
Habilidad emprendedora en el conocimiento de mercadotecnia.....	33
Talento humano	34
Habilidades emprendedoras.....	35
Actitudes emprendedoras	36
Aspiraciones emprendedoras.....	37
Marco legal	38
Marco referencial	40
Capítulo II.....	44
Marco metodológico	44
Diseño de la investigación	44
Según el propósito.....	45
Según su enfoque.....	45
Alcance de la investigación.....	46
Según su temporalidad	47
Técnicas de recopilación de la información.....	48
Procedimientos.....	48
Población y muestra	49
Discusión de los resultados	49
Capítulo III.....	81

Propuesta Análisis situacional	81
Objetivos de la propuesta	83
Propuesta estratégica	83
Estrategias para promover la actitud emprendedora en los jóvenes.	84
Estrategias para fortalecer el entorno emprendedor y la intención emprendedora.....	85
Estrategias para incentivar la confianza del potencial emprendedor	86
Conclusiones.....	88
Recomendaciones	90
Referencias	91

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Distribución por edad de encuestados</i>	50
Tabla 2 <i>Estudios logrados</i>	51
Tabla 3 <i>Riesgo de equivocarse en nuevos proyectos</i>	52
Tabla 4 <i>Cambios constantes en escenarios con incertidumbre</i>	53
Tabla 5 <i>Las oportunidades que surgen son más importantes que cualquier amenaza</i>	54
Tabla 6 <i>Emprendimiento y rendimiento financiero</i>	55
Tabla 7 <i>Satisfacción personal de ser emprendedor</i>	56
Tabla 8 <i>La calidad de vida</i>	57
Tabla 9 <i>Realización de planes</i>	58
Tabla 10 <i>Alcanzar objetivos</i>	59
Tabla 11 <i>Metas proyectadas</i>	59
Tabla 12 <i>Ideas de emprendimiento</i>	61
Tabla 13 <i>Creación de negocios</i>	62
Tabla 14 <i>Sentimiento de satisfacción</i>	63
Tabla 15 <i>Experiencia previa</i>	64
Tabla 16 <i>Experiencia propia laboral</i>	65
Tabla 17 <i>Apoyo familiar en el emprendimiento</i>	66
Tabla 18 <i>Apoyo de amistades en el emprendimiento</i>	67
Tabla 19 <i>Visión del emprendimiento en el sector</i>	68
Tabla 20 <i>Formación para emprender</i>	69
Tabla 21 <i>Capacitación para emprender</i>	70
Tabla 22 <i>Capacitación extracurricular para emprender</i>	71
Tabla 23 <i>Facilidad de financiamiento del emprendimiento</i>	72
Tabla 24 <i>Inversionistas para emprendimiento</i>	73
Tabla 25 <i>Aporte del estado para emprendimientos</i>	74
Tabla 26 <i>Reconocimiento de oportunidades</i>	75
Tabla 27 <i>Reconocimiento de potenciales inversores</i>	76
Tabla 28 <i>Realización de estudio de mercado para el emprendimiento</i>	77
Tabla 29 <i>Creación de negocio</i>	78
Tabla 30 <i>Ser emprendedor</i>	79
Tabla 31 <i>Generar iniciativas</i>	80

Índice de Figuras

Figura 1 Ciclo del emprendimiento	25
Figura 2 <i>Edad</i>	50
Figura 3 <i>Estudios logrados</i>	51
Figura 4 <i>Riesgo de equivocarse en nuevos proyectos</i>	52
Figura 5 <i>Cambios constantes en escenarios con incertidumbre</i>	53
Figura 6 <i>Las oportunidades que surgen son más importantes que cualquier amenaza</i>	54
Figura 7 <i>Emprendimiento y rendimiento financiero</i>	55
Figura 8 <i>Satisfacción personal de ser emprendedor</i>	56
Figura 9 <i>La calidad de vida</i>	57
Figura 10 <i>Realización de planes</i>	58
Figura 11 <i>Alcanzar objetivos</i>	59
Figura 12 <i>Metas proyectadas</i>	60
Figura 13 <i>Ideas de emprendimiento</i>	61
Figura 14 <i>Creación de negocios</i>	62
Figura 15 <i>Sentimiento de satisfacción</i>	63
Figura 16 <i>Experiencia previa</i>	64
Figura 17 <i>Experiencia propia laboral</i>	65
Figura 18 <i>Apoyo familiar en el emprendimiento</i>	66
Figura 19 <i>Apoyo de amistades en el emprendimiento</i>	67
Figura 20 <i>Visión del emprendimiento en el sector</i>	68
Figura 21 <i>Formación para emprender</i>	69
Figura 22 <i>Formación para emprender</i>	70
Figura 23 <i>Capacitación extracurricular para emprender</i>	71
Figura 24 <i>Facilidad de financiamiento del emprendimiento</i>	72
Figura 25 <i>Inversionistas para emprendimiento</i>	73
Figura 26 <i>Aporte del estado para emprendimientos</i>	74
Figura 27 <i>Reconocimiento de oportunidades</i>	75
Figura 28 <i>Reconocimiento de potenciales inversores</i>	76
Figura 29 <i>Realización de estudio de mercado para el emprendimiento</i>	77
Figura 30 <i>Creación de negocio</i>	78
Figura 31 <i>Ser emprendedor</i>	79
Figura 32 <i>Generar iniciativas</i>	80

Resumen

El estudio fue realizado bajo el objetivo de analizar los factores que influyen en el emprendimiento de las microempresas dedicadas a la venta de comidas rápidas en el cantón Durán a través de un estudio exploratorio, descriptivo, analítico. El estudio es importante porque analiza los factores que inciden en los emprendimientos, de tal forma se centró en aquellos de interés para el emprendedor. Los resultados porcentuales que arrojó la muestra probabilística de 252 emprendedores encuestados demuestran que, el 78,58% está de acuerdo en que se arriesgan a pesar de las incertidumbres, el 44,05% tiene la experiencia laboral como parte de las aptitudes de emprendimiento, el 71,43% tiene la experiencia como propietario de otros emprendimientos, con relación al financiamiento, el 14,29% consideró que fue fácil mientras que 21,43% halló inversionistas. Se llegó a la conclusión que dichos factores de carácter interno tienen valor decisivo en lograr un emprendimiento de comidas rápidas en el cantón Durán, sin dejar de lado los factores externos que no pueden ser resueltos por el emprendedor. Así el análisis arrojó que, de los factores en actitudes emprendedoras, habilidad emprendedora, aspiraciones del emprendedor son afectados por la motivación a emprender y el financiamiento del negocio.

Palabras clave: Emprendimientos, actores internos, microempresa, comidas rápidas

Abstract

The study was carried out with the objective of analyzing the factors that influence the entrepreneurship of businesses dedicated to the sale of fast food in the Durán canton through an exploratory, descriptive, analytical study. The study was important because it raised the need to analyze the factors that affect entrepreneurship, in such a way that it focused on those of interest to the entrepreneur. The percentage results that the probabilistic sample of 252 entrepreneurs surveyed showed that 78.58% agree that they take risks despite the uncertainties, 44.05% have work experience as part of their entrepreneurial skills, 71.43% have experience as the owner of other enterprises, in relation to financing, 14.29% considered that it was easy while 21.43% found investors. It was concluded that these internal factors have a decisive value in achieving a fast-food business in the Durán canton, without neglecting the external factors that cannot be resolved by the entrepreneur. Thus, the analysis showed that, of the factors in entrepreneurial attitudes, entrepreneurial ability, entrepreneurial aspirations are affected by the motivation to undertake and the financing of the business.

Keywords: *Entrepreneurship, internal actors, microenterprise, fast food*

Introducción

El presente estudio se orienta al análisis de los factores que influyen en el emprendimiento de microempresas dedicadas a la venta de comidas en el cantón Durán como objeto de estudio, en el marco de un grupo de competencias que se logran en el individuo para superar obstáculos en aprovechar oportunidades en su crecimiento económico; en ello se muestran dos grupos de factores influyentes como son los de carácter interno y externos, para poder superar las adversidades de ambos grupos se debe contar con un nivel de procesamiento de saberes sistémicos que se traducen en ideas innovadoras que se acoplan a las necesidades de un mercado siempre cambiante y competitivo.

A partir del año 2010, el Estado ecuatoriano planteó políticas para el sector productivo con la aprobación del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), este código se mostró como el punto de partida para un desarrollo integral proveniente de la innovación y de los emprendimientos de diferentes mercados a través del cambio de la matriz productiva. (Asamblea Nacional, 2010)

Este código establece las responsabilidades del estado para la facilidad de presentación de diversos proyectos que promuevan el desarrollo productivo en un marco legal con las condiciones necesarias para la generación de competitividad entre los sectores productivos.

El campo de acción en la línea de Investigación de la Maestría en Administración de Empresas es, transformación de la matriz productiva, a través de la innovación, conocimiento y tecnología. Según se muestra en los datos oficiales otorgados por organismos gubernamentales, en el Ecuador el emprendimiento según *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) del año 2020 muestra el clima económico como la base de apertura a nuevos mercados, programas gubernamentales y fuerza laboral; los factores externos que se mencionan en el estudio (financiamiento, entorno, condiciones de mercado) servirán para determinar su

influencia en el emprendimiento de las personas que se dedican a la venta de comidas rápidas en la localidad del Durán, provincia del Guayas. Entre los factores internos se hallan la motivación del emprendedor, recursos humanos, experiencia y disponibilidad de recursos propios para el crecimiento de su negocio.

Tal como describieron los autores Balladares y Martínez (2016) “América Latina ha logrado reducir los niveles de pobreza significativamente, incorporando 50 millones de personas a la clase media. El 60% de la población trabaja en empresas pequeñas, de menos de cinco colaboradores, que se consideran emprendimientos” (p. 2). El desarrollo del emprendimiento en la región de América Latina se da en un promedio de éxito del 60% con la prestación de una reducción de índices de pobreza dado que en empresas menores a cinco trabajadores con la tendencia de ser nacientes en la segmentación tienen mayores oportunidades de lograr sus metas cometidas. (Balladares & Martínez, 2017)

En el Ecuador, la Asociación Ecuatoriana de Venta Directa (2016) citado de Balladares y Mayorga (2017) en la investigación de nombre desarrollo del emprendimiento en el Ecuador la cual detalla un registro evaluado de 943.699 elementos de la Población Económicamente Activa (PEA) los cuales se dedicaron a esta actividad de emprendimiento, de lo cual solo se consideró a las empresas y micro empresas consolidadas y registradas. Esto muestra un nivel amplio de ecuatorianos está en la tendencia de establecer su negocio propio.

El informe de *Global Entrepreneurship Monitor* (2020) en el Ecuador confirma cuatro indicadores (oportunidades percibidas, capacidades percibidas, temor al fracaso, modelo a seguir) que destacan el monitoreo del desarrollo en el área de emprendimiento donde la actividad que se registró fue de 24,2% para negocios; además, se estableció la tasa de salida del 9,3% de propiedad del negocio y la actividad emprendedora temprana fue del 36,2%, mientras que la actividad emprendedora del empleado fue del 0,5%, posterior a ello el indicador de monitoreo referente a propiedad de negocios establecidos fue del 28,9% independiente, el 7,3%

fue patrocinada y finalmente, los negocios salientes el 32,7% fue por causas personales, el 25.2% por falta de rentabilidad y la falta de financiamiento fue del 16.6%, así mismo el 7,9% fue por falta de aptitudes motivadoras que afectaron la percepción de oportunidades, el 3,6% por incidentes, estos diversos factores se deben analizar para entender la influencia de los indicadores en el causal de la quiebra del emprendedor de carácter interno por ser aquellos que pueden ser solucionados por el emprendedor de forma directa.

Por consiguiente, según lo establecido por el informe GEM (2020) “el emprendimiento en el Ecuador es la salida para satisfacer las necesidades económicas de las familias” (p. 4). En el cual detalla que el 4% de la creación de nuevos negocios fue dedicado al servicio de comidas rápidas y típicas en el año 2020 debido al impacto que tuvo la pandemia del COVID-19 en el país.

Además, los resultados serán evaluados en factores internos que influyen en el emprendimiento dedicados a la venta de comidas rápidas en el cantón Durán; los indicadores descritos por GEM (2020) son esenciales para medir éxito y detallar los posibles problemas en el desarrollo de las habilidades, aptitudes y aspiraciones en los emprendedores durante el ejercicio de sus operaciones económicas.

Del mismo modo, la coyuntura de los factores influyentes en el desarrollo de un emprendimiento es la base para la búsqueda de información bibliográfica en los informes de páginas oficiales; los constituyentes de subíndices y pilares del *Global Entrepreneurship Index* (GEI) a ser analizados en este estudio son: actitud emprendedora (factores internos), habilidad emprendedora y formación empresarial (factores contextuales), aspiraciones emprendedoras (intención del emprendimiento).

Este estudio se compone de los siguientes capítulos:

Capítulo I: El problema de investigación, este se conforma del problema en su contexto, el objeto de estudio, campo de acción, planteamiento del problema, formulación del problema, justificación, preguntas de investigación y objetivos del estudio.

Capítulo II: Marco teórico, este contiene las definiciones conceptuales sobre las variables de estudio y así mismo se expone el marco referencial se presenta antecedentes de estudio similares a nivel local, nacional e internacional.

Capítulo III: Marco metodológico, aborda el diseño de investigación, alcance de la investigación, tipo de estudio (exploratoria, descriptiva), método (cuantitativo), técnicas de recopilación de la información (datos bibliográficos y en contraste con los resultados de las encuestas), procedimientos de recolección, procesamiento y análisis de los resultados.

Capítulo IV: Propuesta, se establece una propuesta, este se compone de un plan de estrategias ante los factores que afectan el emprendimiento de microempresas; se muestran las estrategias y procedimientos para llevar a cabo una reducción de las debilidades incidentes en el logro de metas de los negocios.

Planteamiento de la investigación

Objeto de estudio.

El objeto de estudio responde a la pregunta ¿qué se va a investigar?, En este estudio se desea determinar cuáles son los factores que influyen en el emprendimiento, haciendo énfasis en aquellos internos, así como la formación de las nuevas fuentes de dinamismo de la economía local y sus operaciones en el mercado dedicado a la elaboración y venta de comidas rápidas.

Esta selección del objeto de estudio, emprendimientos de comidas rápidas, es el resultado de un análisis previo que se hallan en los informes técnicos GEM y en diversos autores donde se destaca la interacción de factores externos (financiamiento, entorno, condiciones de mercado) y factores internos (actitud emprendedora, habilidad emprendedora, formación empresarial, aspiraciones emprendedoras o intención del emprendimiento) como causales un éxito en los negocios. Un avance importante en la investigación es la influencia de los factores internos que inciden en los emprendimientos como algo positivo o negativo para la obtención de rentabilidad y la continuidad de sus operaciones en el mercado.

La influencia de factores, enfocado de forma pertinente en factores internos, es la finalidad de esta investigación, se muestra una percepción tanto desde el entorno que distingue el propietario del emprendimiento como un elemento que no es controlado por los propietarios y un ambiente interno, enfoque central, que corresponde a las aptitudes y actitudes emprendedoras, habilidad emprendedora, formación empresarial, aspiraciones emprendedoras o intención del emprendimiento.

Campo de acción

El campo de acción que hace énfasis esta investigación es en el proceso de emprendimiento y como los factores internos afectan el desempeño de las operaciones del negocio. Se relaciona por medio de la interpretación de las habilidades en el área administrativa,

detalla la influencia de las barreras del medio interno en el emprendiendo ya establecido, pero no se halla en su momento posicionado por dificultades conocimiento de los factores de afección que reducen el crecimiento del mismo.

Sin embargo, sólo determina la intervención de los factores internos, es así que se relaciona con las habilidades de administrar el negocio y al mismo tiempo se observa como un elemento esencial para la administración de los recursos monetarios y humanos, con participación de los colaboradores. Además, se toma en cuenta el campo de acción en las competencias del emprendedor que acompañaron la puesta en marcha de la actividad económica.

De esta forma, a través del área de estudio de la administración en el desarrollo y manejo de cualidades internas de los emprendimientos se plantea como la base para determinar las incidencias y hechos de observación del problema, esto se especifica en el ámbito de emprendimiento en el segmento comercial de comidas y bebidas con relación al espectro de factores internos que influyen en un negocio de ventas de comidas rápidas en la localidad de la ciudad de Durán.

La intervención de los factores internos que serán medidos por medio de un instrumento ya validado por el las autoras Acuña y Gamarra (2018) que analizaron las variables factores incluyentes e intención emprendedora, se procedió a la obtención de los resultados para este estudio y contrastados con los valores del informe GEM 2020 para el logro de una interpretación analítica que abarque el objeto de estudio con todas las variables.

Planteamiento del problema

El Ecuador presentaba ya problemas económicos desde antes de la pandemia que se presentó en el año 2020 debido a la pandemia provocada por el virus SarsCov-19, esto se sumó a la capacidad reducida de responder a la crisis financiera y social, a inicios del año 2020 el

Banco Central del Ecuador proyectó un crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) del 0,7%, pero la complejidad de los contextos ocasionados por la pandemia y el confinamiento que esta provocó dio como resultante a finales del 2020 con un decrecimiento de 7%. (Banco Central del Ecuador, 2021)

Al respecto de los efectos de la pandemia en la economía interna del Ecuador el referente al monitoreo de los emprendimientos, el informe de GEM del Ecuador (2020) determinó que la Actividad Emprendedora Temprana (TEA) ha presentado valores superiores al 20% en el 2019-2020 con un incremento de emprendedores en el 2020 dentro de los negocios nacientes, fue del 26,9% para negocios nuevos y el 10,8% para negocios nuevos, pero aquellos que superan los 42 meses de operaciones como establecidos tuvo una contracción de 14,7% en comparación con el año anterior que fue del 15,4%. (GEM, 2020)

Los resultados del contraste del problema presentados por Anchundia y Ortega (2020) demuestran que otro factor incidente que puede afectar la obtención de utilidades en los comercios dedicados a la venta de comidas rápidas es la informalidad, el cual se situó en el 37% de la población ocupada, en el cantón Durán debido a necesidades económicas re presenta el 34% de los negocios de comidas rápidas y esto ocurrió por la falta de formación académica con el resultante del 100% de los 100 encuestados.

La motivación y las actitudes emprendedoras comprenden el 81% de los resultados las puestas en marcha de estos negocios informales, otro valor importante es el 35% que inicia en la informalidad por desempleo, todos estos datos estadísticos tienen relación con los aspectos internos de su intención emprendedora y de las habilidades de los mismos para mantener un negocio en operaciones, con la búsqueda de obtención de utilidades. (Anchundia & Ortega, 2020)

El conocer la incidencia de los factores internos que afectan en un emprendimiento de microempresas dedicadas a la venta de comidas en el cantón Durán es el problema central, sobre el objeto de estudio, porque no se evidencia de un análisis local que aborde este segmento comercial de alimentos y bebidas.

Es necesario identificar el nivel de las aspiraciones, conocimientos, preparación, actitudes y aptitudes de los emprendedores que les permiten mantener un crecimiento continuo o están el punto de equilibrio en sus negocios, esto es de utilidad para la elaboración de la propuesta como una serie de estrategias que solucionen las debilidades, reduzcan el impacto de las amenazas y maximicen fortalezas y se aprovechen las oportunidades.

Según Astudillo (2017) en su artículo titulado: Análisis de los factores que influyen el emprendimiento de las empresas del área urbana, describe aquellos como la toma de la iniciativa, juega un rol importante en el problema, puesto que muchos de los emprendedores no hallan un correcto entendimiento o conocimiento de cómo iniciar un negocio nuevo además de desconocer como prever los cambios de conducta del consumidor o anticiparse a las modificaciones del relacionadas a las PyMES que entregan un servicio al consumidor; el problema del autor se enfoca en la cualidad, motivación y de las habilidades del emprendedor para mantener un crecimiento sostenidos de su negocio.

Los resultados de Astudillo (2017) demostraron que el 42,5% de los emprendedores poseen títulos universitarios que iniciaron sus negocios debido al desempleo con el 2,2% y en mayor porción se llevó a cabo la puesta en marcha del emprendimiento el 33% como aprovechamiento de oportunidades, considerados por el autor como factores internos; por otra parte, la motivación fue un factor que incidió en el 60% de los encuestados y de la exigencia de un servicio de calidad con eficiencia en el 51,5% de los casos observados.

Es un análisis de los aportes del autor antes mencionado para este estudio es la evaluación de las actitudes emprendedoras y como esta es esencial para la obtención de utilidades o financiamiento con poca o alta aversión al riesgo que se pueda dar. Las actitudes que posee el emprendedor parte esencial del informe que detalló Astudillo (2017) como factor que influyen en la puesta en marcha y continuidad en operaciones de los negocios, la falta de financiamiento suele ser una solución eficiente para lograr un posicionamiento competitivo.

No se puede dejar de lado la influencia de los factores externos, que son determinantes en el análisis del entorno y del ambiente de la economía local, según GEM Ecuador (2020) se detalla la condición macro económica, en la actualidad, como parte del problema que mitiga la motivación emprendedora, en un país que fue afectado por la pandemia en el 2020 era de suponerse que el nivel de crecimiento económico sería bajo o en decremento; esto afecta la estabilidad de muchos emprendimientos que, fue especificado anteriormente, se volcaron a la informalidad para poder mantener utilidades,, donde la percepción de los emprendedores sobre temores en el logro de metas y rentabilidad de sus negocios fue un determinante.

En este contexto, la presencia de la informalidad es creciente en el sector de venta de comidas rápidas en el cantón Durán, es por esta razón que es necesario analizar los factores incidentes que la originan y afecta a los formales para proponer estrategias enfocadas en los factores internos de los emprendimientos potenciando su competitividad y reduciendo el riesgo de cierre de estos comercios de servicios de comidas rápidas, lo que significaría la pérdida de plazas de trabajo para los colaboradores de cada microempresa.

Formulación del problema

¿Qué factores que influyen en el emprendimiento de las microempresas dedicadas a la venta de comidas en el cantón Durán?

Justificación

Los motivos para la realización de esta investigación se enfocan en la búsqueda de información que determine la posibilidad de realizar una propuesta en estrategias que sean recomendaciones para solucionar los efectos de los factores internos que inciden en la reducción de ventas o pérdida de utilidades por el entorno competitivo, es necesario mencionar que ante los resultados del planteamiento del problema sobre potenciales cierres y vuelcos a la informalidad se debe establecer un recursos investigativo que sea fuente de emprendedores para obtener una estabilidad en el mercado.

La línea de investigación que se sigue es la sustentabilidad, en cada uno de los emprendimientos se presentan situaciones distintas de motivación y actitudes emprendedoras, así como obstáculos y factores adversos que reducen su mejora continua, innovación y calidad de los productos o servicios que ofrecen en el mercado de alimentos y bebidas en el cantón Durán.

La importancia de este estudio radica en la el aporte científico de la misma, es decir su contribución al análisis de los factores internos que influyen en los emprendimientos del cantón Durán dedicados a la venta de comidas rápidas, así se entrega un análisis generalizado a lo particular de los hechos contextuales que ejercen un peso en la balanza de la sustentabilidad de los negocios, siendo paso inicial para nuevas investigaciones sobre temas relacionados o que hagan énfasis en una de las variables presentadas.

Las brechas de conocimiento que la investigación intentará abarcar son a través del análisis relacionado entre la variable de factores incidentes y emprendimientos de comidas rápidas, es decir, determina a través de los conocimientos producidos en este estudio el contraste con otras investigaciones que son similares y a su vez los contextualiza al entorno local.

De esta manera el desarrollo de la investigación demuestra su finalidad en el ¿para qué?, el cual es la búsqueda de resultados que sean el inicio de nuevas propuestas según los requerimientos locales en el contexto de los efectos de los factores internos que afecten el emprendimiento de venta de comidas rápidas en el cantón Durán.

La relevancia, es la puesta en práctica del análisis del problema en la falta de estrategias para afrontar retos de carácter internos en las operaciones de los negocios de emprendimientos microempresas que de forma indirecta se hallan enfocados a la sociedad; esto se muestra a través del planteamiento de la relación de los factores internos con la posibilidad de ser competitivos ante aquellos factores externos que mitigan la percepción de oportunidades y fortalezas en las operaciones de estos negocios para lograr las ventas deseadas.

La factibilidad de tipo metodológica (descriptiva, exploratoria y analítica) que fundamenta la realización de este estudio científico es por medio de la selección de instrumentos de recolección de información primaria que fueron validados para obtener resultados que pueden ser contrastados para evidenciar la incidencia de los factores internos en los emprendimientos y como estos pueden afectar las operaciones en las ventas de alimentos o comidas rápidas en el cantón Durán.

Preguntas de investigación

- ¿Cuál es la importancia de identificar los factores que influyen en los emprendimientos?
- ¿Cuáles son los factores internos que influyen en el emprendedor al momento de emprender?
- ¿Cuál son las capacidades de los emprendedores para iniciar sus negocios en la actualidad?

Objetivos de investigación

Objetivo general

Analizar los factores que influyen en el emprendimiento de microempresas dedicadas a la venta de comidas en el cantón Durán.

Objetivos específicos

- Conceptualizar la fundamentación teórica de importancia relacionada con factores que influyen en emprendimientos.
- Identificar los factores que influyen en los emprendedores al momento de emprender.
- Determinar las motivaciones de los emprendedores al momento de iniciar o continuar con su negocio de venta de comidas rápidas en el cantón Durán.

Capítulo I

Marco teórico conceptual

Emprendimiento

Según los autores Castillo y Ortiz (2018) afirmaban: “en el primer término se representa la parte formal del emprendimiento en un negocio, pero por otra parte en segundo lugar se detalla la creatividad y al mismo tiempo la puesta en práctica para la sustentabilidad de un negocio” (p. 26). De la misma manera, se puede comprender el emprendimiento en un negocio ya consolidado y puesto en marcha como el resultado de una base conductual del emprendedor conjunto a la cualidad de interpretación de diversos estudios característicos de una nueva micro empresa en un sector productivo determinado.

En esta perspectiva se muestra los aportes de los autores Park y Duarte (2015) detallaron: “las características de los emprendedores como un factor imprescindible para poder crear una empresa” (p. 294). Ante estas cualidades, se debe delimitar que, la forma exhaustiva de trabajar del emprendedor, posteriormente, integran las competencias óptimas para el desarrollo comercial.

Los autores Sánchez, Vélez y Arújo (2016) describieron que:

El emprendedor en una descripción de esencia es aquella persona que posee una visión de implementación de un servicio o producto que es innovador y que no posee un reemplazo de forma inmediata y al mismo tiempo se detalla como una utilidad para a satisfacción de una necesidad en los consumidores. (p. 40)

Según lo antes expuesto por los autores, se establece la característica de un emprendedor que posee las cualidades de compromiso y prosperidad, en este caso, el elaborador de una idea de comercio de forma sustentable como emprendimiento, se mostró como un pilar de las nuevas ideas y mejoras en la oferta de un servicio o producto, como contexto, el emprendedor se halló

relacionado con la experiencia en práctica e influencia del medio externo al momento de alcanzar una relativa calidad en su sustentabilidad comercial.

Por otra parte, los enfoques del desarrollo de un emprendimiento siempre son por motivación o por necesidades económicas, cual sea la causa estos se ven afectados al momento de estar en operación, tanto desde amenazas y oportunidades, asó como debilidades y fortalezas.

Ventajas y desventajas de ser emprendedor

Entre las ventajas que posee un emprendedor según Valencia, Gutiérrez y Montoya (2017) se hallan principalmente el espíritu motivador, lo cual lo lleva a tomar riesgos para poner en marcha un nuevo negocio. Existen innumerables oportunidades de manera concreta y operacional para un negocio emprendedor, esto se logra después de la evaluación del entorno que no demuestra ser una amenaza superior a las oportunidades para comenzar la actividad económica, pero se toma en cuenta la creatividad y segmentación de consumidores meta del establecimiento, en contexto, dedicado a la venta de comidas rápidas.

Desde la perspectiva de la libertad de selección de una cualidad de acción en la propuesta de un emprendedor, se encuentra la capacidad de enfrentar las diversas problemáticas en la puesta a prueba de las personas como recurso humano en la gestión de calidad de la atención al cliente, pero sin tomar en cuenta el costo no adecuado que puede ser un problema a futuro si es elevado.

De esta manera el paso del control, previo a la planeación, organización y producción, se direcciona hacia la meta del negocio para satisfacer la necesidad de un cliente o de una población con notables necesidades vistas como oportunidades; de este modo la participación de emprendedor debe tener previamente un estudio del entorno y de las cualidades del producto ofertado para ser innovador ante la competencia. (Carro & González, 2018)

Por consiguiente, según Bóveda, Oviedo y Yakusik (2015) determinan la variedad de herramientas útiles para emprender y lograra una correcta toma de decisiones en el proceso de participación en el manejo de recursos, servicios o productos, por tal motivo se hallan al mismo tiempo estar propensos a una pérdida de valor designado por el mercado en la evaluación de la entrega de un servicio que puede ser una marca o una distinción competitiva.

Toma de decisiones

La toma de decisiones es la esencia del procedimiento de establecer los cambios necesarios para mejorar la rentabilidad del negocio. Según los autores Ovalles *et al.* (2018): una de las habilidades del emprendedor intrínsecas es la toma de decisiones como la capacidad que posee la persona para poder identificar las oportunidades de un nuevo negocio en el mercado que sea rentable. Antes esto, identificar las estrategias correctas para afrontar los agentes internos o externos que afectan al emprendimiento es esencial al momento mantener la sustentabilidad por medio de ventas, en contexto se aplica para comidas rápidas.

Según Balladares y Martínez (2016) se debe tomar en cuenta la forma de seleccionar las estrategias a partir del análisis del entorno interno y externo para una toma de decisiones en los procesos de administración para la obtención de resultados relacionados. Para el proceso de emprendimiento existen diversas formas de tomar las decisiones, entre las cuales se destaca las siguientes:

- **Futuro y objetivos:** son aquellas que se planifican a tener un resultado a futuro para obtener mayor rentabilidad en sentido de la interpretación del comportamiento del mercado o de los factores internos que se puedan suscitar. Estas pueden ser a corto o largo plazo según la visión de la empresa o emprendimiento.
- **Administración de recursos:** en el uso de los recursos se establece el modo en que estos deben ser distribuidos para mantener una participación activa y creciente en el

mercado, en este caso del estudio se asocia con el manejo de los elementos de materia prima para el desarrollo de producto final de consumo del comensal. Estas también involucran el manejo del recurso humano en el desempeño de la manufactura de alimentos para ser puesto a la venta en locales de comida rápida.

En relación con el tema la toma de decisiones es un factor que involucra el medio en el cual el emprendedor fundamenta sus análisis son los cambios de las políticas laborales (Anchundia & Barrezueta, 2020). Es así que son puestas en práctica en el local o a través de la adaptación de estas políticas laborales al contexto temporal en el cual se halla desarrollando las funciones u operaciones el emprendimiento.

Además, se establece lo siguiente según detalla el autor Carballo (2019):

- La resolución de problemas, en la toma de dediciones del emprendedor sobre el manejo de su recurso humano se halla la reducción de la fricción de los conflictos sean estos entre el gerente de local, el colaborador o con el mismo cliente, puede hasta ser relacionados también con el despacho de proveedores y la entrega de pedidos de comidas rápidas ya programas de antemano, así el administrador del emprendimiento debe ser un elemento de conciliación y de consenso en el manejo de estos conflictos, se evalúan y se toman las mejores opciones de resolución para lograr una entrega de servicios esperada por el consumidor y mantener el posicionamiento ante las expectativas emprendedoras y de las aptitudes que este tuvo al momento de iniciar el negocio. (Carballo, 2019)

Para tener una decisión correcta en el desarrollo de las actividades de un emprendimiento es imprescindible el análisis del desempeño del recurso humano como paso de la evaluación del tiempo de labores relacionados con las actividades designadas y de la misma forma al momento de la organización funciones en la elaboración de productos para luego ser puesto a

la venta al cliente; es así que en palabras interpretadas los autores Castillo y Ortiz (2018) se expresa lo siguiente:

- Información de mercado: Es muy necesario interpretar la importancia de dicho sistema de información donde se establece el tipo de producto y las características diferenciales que posee, así como la experiencia que este ambiente ofrece al consumidor.
- Procesar información: es interpretar de forma correcta los datos observados y registros que se llevan en el emprendimiento para tomar los correctivos necesarios o en caso contrario reevaluar las capacidades potenciales de los colaboradores o solicitudes de los clientes sobre un producto.
- Divulgar información: para llevar un ambiente o clima de trabajo que se adapte a los factores internos o externos que alteran el emprendimiento, es necesario según Durán, Parra y Márceles (2015) establecer un ambiente de comunicación donde se establezcan los problemas en un centro mediático de solución que evite la exteriorización de los conflictos que afecte el emprendimiento como marca ante el consumidor.

Recursos humanos en el emprendimiento

El principal recurso de las organizaciones son las personas que laboran en estas. Esto lo respaldan los autores Navarro-García, Rey-Moreno y Barrera-Barrera (2017) sustentándose en la teoría XY de los recursos humanos donde el uso de los colaboradores es enfocado a la productividad como parte de la capacidad emprendedora del propietario del negocio acceder a beneficios para la empresa. Esto determina que, como un buen administrador de talento humano el gerente debe tener definido el perfil de las actividades que debe realizar cada uno de los colaboradores, darle su continua capacitación y para ello se respalda en la teoría Andy Freire

sobre la idea, conservar el capital y lograra el posicionamiento del local o comercios a través de las practicas emprendedoras.

Es según describe Piña (2015) la teoría de XY del ángulo invertido de Andy Freire donde describe el triángulo equilátero de idea, capital y emprendedor, es decir, hace uso de la idea productiva y flexible, consecuente a esto la productividad del capital y esto es a través del riesgo de ser emprendedor, los demás ángulos del triángulo son parte esencial de cómo llegar a tener estabilidad en el mercado y de aquellos factores internos de la organización y los externos, tales como, leyes que afectan la normativa de trabajo de los colaboradores o ambientales que dificultan el desarrollo y crecimiento del negocio con la necesidad de adaptarse a los cambios según disponga el procedimiento de la organización.

Es necesario analizar lo que se expresó el autor Gómez (2018) en el momento que no existe uno de los ángulos del triángulo invertido de Andy Freire no se logra un negocio exitoso; esto detalla la firmeza de tener en cuenta factores internos como ideas y el capital como externo al momento de adaptarse en el medio competitivo, esto es analizado en el primer capítulo del estudio sobre el problema donde el ambiente tiene mayor influencia sobre el éxito del emprendimiento ante los otros factores, pero esto será aclarado posteriormente en la discusión de los resultados con enfoque determinante en los factores internos.

Finalmente, para este apartado se debe establecer la forma de emprender sobre los factores internos antes mencionados por la teoría de Andy Freire que establece Idea, teoría y capital se indicó para elaborar las estrategias de resolución de problemas ante factores internos que afronta el emprendedor con los factores externos de competencia y la economía local son un derivado de idea alcanzar una selección de procesos para la atención al cliente y la manufactura de materia prima de alimentos con el fin de entregar un producto de calidad al consumidor. (Manzo, 2017)

Profesionales en el emprendimiento

Para tomar en cuenta uno de los factores personales del emprendedor el nivel de conocimiento y de habilidades para el manejo de la implementación de un negocio desde la perspectiva intrínseca se debe mencionar la capacitación profesional en administración, gerencia o marketing, es necesario reconocer que existen planteamiento de propuesta que derivan la profesionalización y como este es un aporte importante para la comunidad a partir de la puesta en marcha de su negocio donde interviene las competencias adquiridas en el ámbito de niveles académicos obtenidos.

Si es tomada en cuenta la teoría de Howard Stevenson citado de Heredero y Jiménez (2016) que menciona la mentalidad del emprendedor donde es formada través de una gestión de sistemas intrínsecos como un coadyuvante en el aprovechamiento de las oportunidades de desarrollo de su negocio. Es así que, el desarrollo de la enseñanza juega un papel importante en la formación de líderes que desafíen las adversidades del negocio ante el posicionamiento y los elementos externos que no se pueden controlar desde su participación, como son políticas y tributaciones, además de políticas laborales y de contribución local en predios.

Pero no todo es causa del entorno, se debe tomar en cuenta también la asociación de los conocimientos del emprender a través de la gestión del recurso que posee para alcanzar sus metas, tener estabilidad, posicionarse a lo largo de su trabajo de campo, entrega de servicio y productos; es un medio alternativo que afirma la teoría de Howard Stevenson sobre los generadores de riqueza, estos se relacionan de manera directa con la capacitación del personal.

El modelo de conducción de las capacitaciones o del requerimiento de inducción a los nuevos colaboradores o al mismo emprendedor unitario se vinculan con la facultad de crecer como empresa y no generar un desequilibrio en el ecosistema económico donde aplicará su

emprendimiento, es decir realizar la correcta toma de decisiones, ya antes mencionadas, con la ejecución de estrategias que no sean sin estrategias.

En modo de análisis final sobre este apartado, la capacidad de llegar a un nivel de posicionamiento en la mente del consumidor es esencial para la sustentabilidad del negocio lo cual implica tener un buen posicionamiento que no afecte al resto de competidores, al contrario, ofrezca una gama diversa de productos que sea atractiva en un nuevo segmento de mercado en la ubicación geográfica donde se disponga el aprovechamiento de las oportunidades.

Incubadoras de emprendimientos como base intrínseca de formación de negocios

Los autores Hernández, Mayoral y Castro (2018) detallaron que es importante que los emprendedores tengan clara la idea de servicios y producción con un incentivo a su voluntad de obtener una estabilidad y sustentabilidad de su negocio, pero es inevitable que se enfrenten a dificultades, como falta de capital o de instalaciones para comenzar, así mismo existe la posibilidad de no tener el conocimiento adecuado del mercado, como también se puede dar la inexperiencia en el manejo de los recursos obtenidos para la puesta en marcha del emprendimiento. Es por estas razones que se dificulta el logro de muchas empresas en alcanzar sus metas propuestas durante el inicio de operaciones.

Según establecieron los autores Terán y Andrea (2020) que Richard Cantillon fue el primero en establecer el término de emprendimiento en el año 1755, con el cual se dio paso a una serie de análisis desde las perspectivas de las ciencias económicas, sociológicas, psicológicas, antropológicas y además de las ciencias políticas, administrativas, filosóficas, entre otras. Esta nueva decisión como tal se detalla como relevante por dar paso a la esencia crítica de la interpretación del resultado de la hegemonía en la creación de fuentes de dinero por participación activa de la producción de una comunidad.

Debido a su cercanía con el desarrollo de una producción de ingresos y generación de dinero, así como el aporte a la matriz productiva de una localidad es que fue relacionado con las ciencias en economía y administración de empresas. Debido a la gestión de los recursos que facilitan la apropiación de un mercado donde la dificultad de establecer un estudio de marketing no da resultados fiables de su análisis, pero si es fiable la presentación de una eficiencia y eficacia en el uso de los bienes o disponibilidades monetarias para poner en marcha un nuevo negocio que sea de aprovechamiento mutuo entre la comunidad, el propietario y el Estado durante la entrega de tributos o impuestos que después serán distribuidos a los gobiernos seccionales o invertidos en el desarrollo social.

Según Terán-Yépez y Guerrero-Mora (2020) se mencionó sobre Cantillon en el año 1755, fue el primero establecer la función del emprendimiento el campo de la economía, lo cual define al emprendedor como la persona que debe tener una alta aversión al riesgo al momento de implementar un negocio de transacciones de bienes y servicios por unidades monetarias donde se hallan involucrados en el equilibrio de la oferta y la demanda.

Por consiguiente, tomando en cuenta los aportes citados de diferentes autores se determina que ante la existencia de numerosas formas de llegar al establecimiento de emprendimientos se relaciona con el desarrollo productivo de una comunidad al ser un ente de generación de bienes que al final serán parte de un análisis del producto interno Bruto de un estado.

Visión de un nuevo negocio como innovación en el mercado

Desde la teoría de producción y distribución de Say (1996) citado por Pittaway (2019) se menciona la construcción de tres agentes principales dentro de la productividad y elaboración de bienes, tales como la industria, elaboración de un valor al capital en la moneda y el incremento de apreciación en activos fijos. De esta manera los activos fijos son indicados como

los generadores de utilidades por ser quienes son usados al momento de crear un valor al producto final los cuales cuentan con una ubicación geográfica que se identifica con la sectorización de las operaciones del emprendimiento con la finalidad de alcanzar un rendimiento superior a las expectativas de los presupuestos de ventas establecidos sobre una balanza de punto de equilibrio.

Es así que el emprendedor tradicional se halla relacionado con la teoría de la escuela Austriaca publicada por Menger (1986), donde fue citado por el autor Carballo (2019) que mencionó de forma histórica el rechazo de varios expertos sobre la propuesta de ideas de Schumpeter, entre ellos Ludwin Von Mises, Freidrich Hayek e Israel Kirzner no dejó de tomar en cuenta la relación existente entre la interpretación de emprendimiento como participe de un proceso de desarrollo capitalista que al final es de beneficio de las comunidades como generador de empleo y de sustentabilidad de las familias a través del intercambio de bienes y servicios por unidades monetarias, donde siempre se tuvo una visión futura de la generación de capital sustentada en la estructura Mengerdon que establece la satisfacción de necesidades con uso de pago por los bienes o servicios ofrecidos

Es así que, a través de los estudios realizados de la misma relación entre bienes, productividad y capitalismo se destaca la intervención Bravo (2017) dice que el uso del término negocio es parte de un proceso de innovación y de adaptación para la obtención de ventajas competitivas. Es por esto que se define la participación de cambios constantes en el modelo de matriz productiva de cada nación con fines optimizar el modo generación y cuantificación en beneficio del crecimiento del producto interno bruto de un país.

Sin embargo, no es como regla general que siempre los nuevos productos o servicios que se ofrecen en un emprendiendo serán los más demandados por los consumidores como una primera opción de compra en el consumo para la satisfacción de las necesidades es importante

tener en cuenta una línea de la tecnológica de actualización que sea acorde a las tendencias de canales de compra de los usuarios como medida de desarrollo entre las oportunidades de las habilidades y espíritu del emprendedor por alcanzar una amplia cobertura de clientes, fidelización o enlace de prospectos en el segmento de adquisición de bienes como son las comidas rápidas.

También se encuentran personas que desarrollan su emprendimiento sobre un estrato nuevo con base a observación de antiguos negocios. Por ejemplo, se detalla como emprendedor oportunista aquel que se enfoca en el desarrollo o innovación de un servicio en base a las necesidades del mercado, el cual dispone de una nueva a partir de conceptos previamente descritos. Es en este punto donde el individuo es un auténtico emprendedor, cuando el mismo producto que oferta es continuidad de la creatividad o de la innovación según sus apreciaciones de la necesidad del mercado.

Necesidades de los consumidores

Partiendo de uno de los principios de economía, sobre la respuesta de los consumidores ante el impulso, se describe como la cualidad de los compradores de un producto que satisface sus necesidades cuando este cumple con los requerimientos que se desea completar en la psiquis del demandante (Acuña & Gamarra, 2018). El emprendedor potencial es esencial para identificar aquellas carencias e intereses de los potenciales consumidores y a su vez es inherente para observar sus demandas, aquellos hábitos y características culturales, entre otros que los hacen únicos.

Es esencial interpretar sus comportamientos para el desarrollo de nuevos productos o servicios. Muchos de los cuales suelen ser de gran importancia y a su vez ya fueron creados con ayuda del estudio de mercado donde tuvo una participación el consumidor, o en su debido

momento también pudieron ser creados a partir de análisis de las necesidades por él mismo comprador (Anchundia & Barrezueta, 2020).

Por otra parte, algunos emprendedores dan comienzo a su negocio basados en su conocimiento previo de los hechos que obtienen en el desempeño de sus actividades cotidianas; logran crear un análisis de su propuesta de producto a partir de la ocupación y su grado de éxito o fracaso, que los potenciales compradores seleccionan del entorno o de la competencia que se da en el momento exacto de un probable caso de aprovechamiento en el caso de desarrollo de productos y servicios en los que fructifique su experiencia y conocimientos (Prieto, 2017).

Perfeccionamiento del negocio y ciclo del emprendimiento

A partir de los conocimientos que el emprendedor desarrolla después de conocer el entorno y el posicionamiento que debe establecer su mercado con la potencialización de las oportunidades, se establece la teoría del ciclo del emprendimiento, demuestra que en Latinoamérica es poco competitivo en el mercado los emprendimientos y con bajo potencial pero a diferencia de países desarrollados tiene un contexto diferente en alto grado de competitividad y con potencial de explotación ayudados por la economía que posee el Estado (Gutama & Jiménez, 2019).

Por otra parte, se define el mismo modelo como un ciclo que alcanza una motivación y al mismo tiempo logra tener una innovación que facilite el cambio de opinión del consumidor al momento de seleccionar un producto deseado que satisface sus necesidades a pesar de tener sustitutos amplios en el mercado (Carballo, 2019). Es aquí donde se identifica cuando el emprendedor conoce el mercado y aprovecha la oportunidad de comenzar un nuevo negocio.

Por otra parte, se muestra el ciclo de forma gráfica en lo expuesto por Moreira y otros (2018) que es el siguiente:

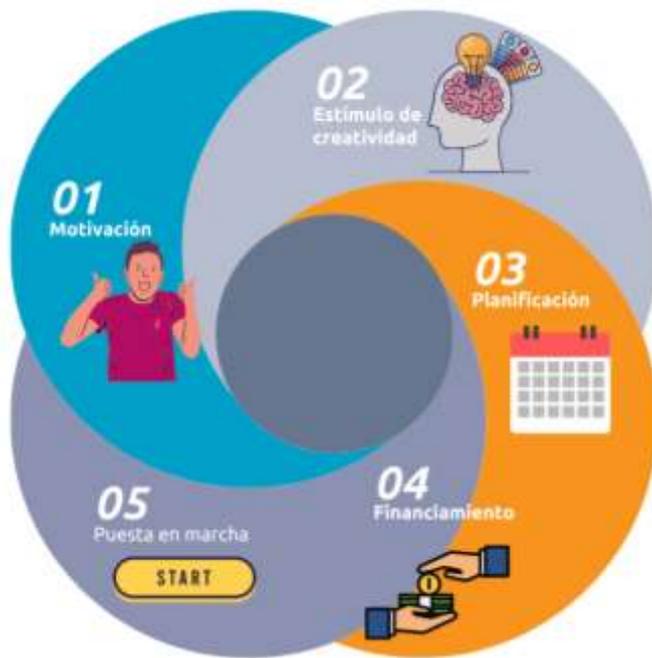


Figura 1

Ciclo del emprendimiento

Nota: Ciclo del emprendimiento. Tomado de Castillo y Ortiz (2018) diagnósticos de los factores que afectan el comienzo de un nuevo negocio en jóvenes universitarios de la ciudad de Guayaquil. Ciencia y Tecnología, 9(1), 24-36.

Según como se muestra en la figura 1, el entorno del emprendedor es influencia suficiente para poder determinar sus cambios en un viable prospecto de selección para potenciar el negocio. Es a partir de este análisis de las teorías antes sustentadas que se puede conocer como el emprendimiento pasa por ciclos donde el propietario del negocio aprovecha los cambios del entorno a partir de los factores motivacionales.

Finalmente, a partir de los conocimientos antes expuestos, una de las bases de la planeación estratégica, la identificación de muchas de las oportunidades del potencial perfeccionamiento son aquellas que permiten al emprendedor una correcta adecuación de la presentación de sus productos y servicios a partir de la formación concreta y consolidada de nuevos formatos de calidad (Herdero y Jiménez, 2016).

Factores que afectan el emprendimiento

Es importante mencionar de forma breve los factores que afectan el emprendiendo, es así que se destacan los externos: viabilidad del mercado, competencia, economía y estabilidad legal; los factores internos: modelo de administración, tipo de empresa, conocimiento y capacitación en mercadotecnia y talento humano. Pero antes de comenzar con estos contenidos de forma detallada es necesario conocer los aspectos que bordean ambos factores.

En la actualidad, según como se marcan los cambios de la propuesta de productos se detalla un nuevo modo elaboración de la misión de un emprendimiento, es por esta razón que el autor Arano y Flores (2018) describen aquellos aspectos del producto como: “la esencia del sector donde se sitúa una serie de fuerzas (competidores, clientes, proveedores, productos sustitutivos y competidores potenciales) que interactúan dinámicamente con el emprendimiento y son fundamentales de considerar en la competitividad” (p. 64). Según se detalla, el producto juega un rol importante en el desempeño del emprendimiento tanto entre los factores que indican de forma externa con las variaciones u disponibilidad en el entorno, como interna cuando se debe modificar la visión y misión del emprendedor para adaptarse a los cambios.

Por otra parte, una herramienta esencial para poder evitar que tanto factores externos e internos puedan afectar el emprendiendo es la investigación de mercado, Balladares y Martínez (2016) la mencionan como: “la herramienta satisfactoria que describe una tendencia de los consumidores” (p. 107). Es de esta manera que se comprende claramente la potencial acción de muchos factores (externos: viabilidad del mercado, competencia, economía, estabilidad legal, y los internos: modelo de administración, tipo de empresa, conocimiento y capacitación en mercadotecnia, talento humano) que influyen al desempeño de la actividad de los emprendedores al momento de establecer un nuevo negocio, como no posee una interpretación teórica determinada se establece como inicio de análisis.

Como se ha mencionado, con anterioridad se hallan diversos factores que son participes de la influencia sobre el desempeño de los emprendimientos, tales son internos como la causa de los problemas de gestión según el comportamiento del medio, y de la misma manera los externos que son aquellos que no son posibles de controlar por el emprendedor.

Factores externos

Viabilidad del mercado.

Llegar a tener en aspecto de penetración de mercado es esencial para cada emprendedor, es de esta forma que se establece la calidad de análisis del contexto en un entorno de oferta que esté acorde con las necesidades del potencial comprador como un objetivo meta de prospectos (López, Astudillo, Carpio, Delgado, & Martínez, 2016).

Es así que, la capacidad el emprendedor para poder lograr un encaje en el mercado y lograr estar posicionado es consecuencia de la viabilidad del entorno: esto es en palabras de los autores Park y Duarte (2015) que especificaron bajo la teoría de desarrollo económico de Schumpeter (1934): “la esencia del desarrollo de la economía de un estado o comunidad se halla directamente vinculado con la racionalidad innovadora de emprendedor y de las combinaciones productivas que efectúan para ser viable el medio para ellos y los demás” (p. 294). De esta manera se contrasta con la información que detallan los autores Anchundia y Barrezueta (2020) como: “el factor de importancia después del apoyo moral al emprendedor es la viabilidad del mercado donde puede lograr llegar a su nicho y alcanzar un desarrollo económico” (p. 98). Esto orienta al uso adecuado de las técnicas de selección de mercado sin dejar de lado las oportunidades que brinda el modelo económico de cada localidad o Estado.

La demanda de un producto y servicio es un elemento de la viabilidad del mercado, tiene una influencia significativa en el desempeño de la especificidad de una actividad dedicada al emprendimiento. De manera articulada a través de los análisis y puesta en práctica de los

resultados del estudio de mercado se halla inmersa en la capacidad de llegar a un estado de afección que es controlado por el ambiente macroeconómico.

Cada empresa establece sus estrategias a partir de la respuesta de los prospectos según una determinación del segmento o subconjunto que comprende el potencial mercado (Prieto, 2017). En estas palabras se halla la cualidad de comprender la esencia de las prácticas empresariales determinadas sobre la resolución del problema de los consumidores que está delimitada a través de la segmentación del mercado objetivo según la propuesta del emprendedor.

Si no se describe una segmentación adecuada se cae en el error de no conocer la necesidad del comprador y no se logra llegar a la selección a través de propuestas de competitivas que solución en los requerimientos establecidos y llegar a posicionarse en el mercado.

Competencia.

En el momento de delimitar las competencias como factor externo, es la capacidad de entender como la oferta del producto de otros comercios afecta la competitividad de un emprendimiento, se concibe como un elemento de evaluación del emprendedor para llegar a determinar si este es una amenaza con la oferta de un mismo servicio o producto en el mercado.

Tal como detallan los autores Acuña y Gamarra (2018) especificaron “el emprendedor debe desarrollar cualidades básicas, tales como: actitud emprendedora, habilidad emprendedora, formación empresarial, aspiraciones emprendedoras o intención del emprendimiento” (p. 99). Esto describe como la ventaja que posee el desarrollador del producto a través de la propuesta de una cadena de producción que es inherente para alcanzar una capacidad de entrega de satisfacciones según la demanda de los consumidores partiendo de una segmentación de mercado que le dará una competitividad diferenciada en su entorno.

Las ventajas competitivas varían según la mejora de la reducción de los costos desde la producción y al alcance de una mayor eficiencia, lo que determina una propuesta de precios más bajos (Gómez, 2018). Esto se contrasta con manera de afirmación según el detalle del autor Martín (2019) que describe la planificación de procesos de calidad en la puesta de justo a tiempo, con la finalidad de alcanzar un estándar de calidad en la reducción de espacio y de entrega oportuna de productos al consumidor. Es de manera conjunta que se encuentra el desarrollo planificado de un producto, su diseño y propuesta de control con enfoque de calidad de elaboración y entrega, son percibidos por el comprador al momento de satisfacer sus necesidades.

Es por lo antes citado que, la elaboración de un sistema de producción que esté acorde a la diferenciación competitiva se pone en marcha en una propuesta de entrega de productos que es posible posicionarlo, todo parte de un correcto estudio de mercado como importante herramienta para administrar de competir con otras marcas o comercios que den sustitutos.

Economía.

Al mencionar la intervención de la economía como factor externo se muestra la participación de una respuesta del medio a la auto regulación del mercado que puede afectar la demanda de un producto previamente establecido como preferente en los consumidores.

De manera inicial, se detalla la propuesta de estudio del autor Guitierrez (2018) el cual describió lo siguiente: “el dinamismo de las empresas con la oferta de productos mejora la economía de un Estado como referente de creación de empleo” (p. 19). De tal manera según los expuestos por el autor antes citado, se define la afectación de una falta de dinamismo de producción de las empresas y microempresas en la variación de precios al consumidor, puede desequilibrar el punto de equilibrio que esta descrito como una proporción de las ventas según los costos fijos y el valor unitario.

Por otro lado, el determinante de la capacidad de adquisición del comprador que es la selección marginal de los productos según los limitantes en el valor del dinero en la compra de un bien (Valencia, Gutiérrez, & Montoya, 2017). Esto se acompaña de la especificación propuesta de un volumen de ventas que está seleccionado en base a una predisposición del comprador en base a otro factor, como es de la canasta básica que interfiere con el presupuesto de ventas estimado para los emprendedores de alimentos rápidos (Prieto, 2017).

De forma específica, las continuas variaciones en el ingreso disponible de los consumidores poseen un impacto en las operaciones de los emprendimientos, ya que, si el segmento de consumidores a quienes van dirigidos sus productos está atravesando un momento de dificultad con la restricción de presupuesto no logra alcanzar la satisfacción de una necesidad según el valor de los bienes y servicios dirigiéndose hacia bienes sustitutos.

Estabilidad legal.

Una de las importantes variables de estudio en el análisis externo de los efectos del emprendedor que puede modificar su emprendimiento, es el de estabilidad legal y política, es decir se halla determinado por la puesta en vigencia de las políticas de estado que afectan la producción de un negocio.

Todas aquellas actividades productivas, tanto comerciales y del mismo modo las prestadoras de servicios se encuentran sujetas a un reglamento (Castillo & Ortiz, 2018). Esta puede afectar de forma rápida los procesos de elaboración de un bien y en las ventas de los emprendimientos y microempresa en el Ecuador.

Es así que, en el momento que un determinado emprendedor desea establecer un negocio que esté segmentado a un grupo de la población puede verse afectado según la delimitación de las políticas públicas que establecen nuevos procedimientos para llegar a una rentabilidad

deseada (Martín, 2019). Esto describe que, si un emprendedor desea llegar a un nivel de producción deseado debe estar limitado a la Ley que está vigentes en su territorio comercial.

Según Bravo (2017) mencionó que: “es necesario buscar sistemas Nacionales de Innovación donde la infraestructura física, disponibilidad de recursos humano propicien una mejor oportunidad de emprendimiento” (p. 34). Esto define finalmente que muchos de los efectos que proporcionan las variables externas de la economía y de la legislación local afectan directamente la oferta de servicios o productos y según la demanda de un mercado cambiante.

Factores internos

Los factores internos se detallan como aquellos que son posibles de manejar y administrar por el emprendedor en el desarrollo de su negocio para viabilizar su productividad con miras de alcanzar una rentabilidad deseada que le permita la sustentabilidad del mismo (Acuña & Gamarra, 2018). Entre estos factores se mencionarán continuación los más importantes, tales como el modelo de administración y tipo empresa que se formó, el conocimiento y capacitación sobre el uso de estrategias de mercadotecnia para alcanzar un público objetivo y evitar la influencia de la competencia como factor externo, antes mencionado, preponderante en el entorno local, posterior a ello se destaca el talento humano de la micro empresa, finalmente, se hallan las características propias del individuo que tiene un alto nivel de influencia por ser las disposiciones del dueño del negocio para tomar decisiones o internarse en un nuevo concepto de mercado sobre la base de comidas rápidas y bebidas en su sector.

Modelo de formación empresarial.

En primer lugar, el emprendedor debe seleccionar cual será en tipo de empresa a formar. Al momento de seleccionar como estará conformada una empresa se está describiendo su factor de cultura organizacional que está delimitado por su visión, misión y valores (Fuentelsaz y Montero, 2017).

En las empresas de tipo tradicional o familiares se halla el concepto descrito por el autor Paladino (2015) que dice “es la acción de realizar una actividad de producción que pasa de generación en generación a través del tiempo en responsabilidad de su propio desarrollo y sostenibilidad” (p. 5). Esto hace comprender que es la elección de un proyecto emprendedor que se relaciona sobre un negocio ya establecido con fines de mejoramiento en su administración, pero esto conlleva a una elección de modelo que no satisface la necesidad de ampliación y entrega de responsabilidades a trabajadores nuevos que sean conocedores o capacitados (Martín, 2019) en el manejo de la evaluación del mercado y mejoras de productividad con reducción de costos.

Por otra parte, las empresas que se forman en el emprendimiento con bases de franquicias la detallan el autor Martín, (2019) es: “la selección de un sistema de comercialización que determine el uso de una marca determina con valor comercial y una imagen posicionada para adquirir una rentabilidad” (p. 36). Es en este punto donde se describe el uso de marcas que son posicionadas bajo el seguimiento estricto de un proceso de producción que caracteriza la calidad del producto a ser ofertado que se encuentra familiarizado con las costumbres y disponibilidad de materia prima del sector geográfico donde es puesto en marcha el negocio.

Finalmente, en el tipo de empresa que acarrea el factor interno de modelo de administración en el emprendedor es de forma cooperativa, que es definida por las autoras (Silva, 2017) “es cuando se busca solucionar problemas comunitarios entre varios inversionistas y su localidad con acción solidaria que favorezca la economía” (p. 54). Según este autor, se detalla la necesidad de establecer un nuevo negocio que sea compartido en la inversión inicial para la ejecución del mismo con el fin de tener una participación conjunta de los miembros por igual como parte de la toma de decisiones para las mejoras de la actividad de ventas de alimentos en la localidad con fines solidarios y de desarrollo.

Habilidad emprendedora en el conocimiento de mercadotecnia

En el conocimiento de la mercadotecnia se halla el potencial del emprendedor para poder reconocer los pasos básicos que implica identificar y analizar la oferta de un producto con un posicionamiento en el mercado a través de diferentes estrategias de cobertura para darse a conocer y captar más clientes, así esto se determina según el autor Tracy (2014) como: “las habilidades del emprendedor en base a la mercadotecnia es un arte que determina lo que sus presentes y futuros clientes realmente necesitan y son capaces de pagar por esto” (p. 2). De esta manera se determina que, la entrega de un producto en el emprendimiento debe estar ligado a un estudio de las necesidades del consumidor y al mismo tiempo como poder llegar a él a un precio asequible.

La mercadotecnia no es sólo una función de la empresa, según el autor Prieto (2017) es también: “la capacidad de relacionarse a largo plazo con sus clientes a través de la entrega de una percepción de un valor superior a las expectativas” (p. 85). Esto da entender que, además, de la entrega de productos o servicios se debe tener en cuenta la entrega de experiencias que prescribe el consumidor entre una marca u otra, esto potencia la ventaja ante la competencia de otros emprendimientos relacionados a la misma área de comercialización de bienes o servicios.

Por otra parte, se tiene la definición del uso del conocimiento en mercadotecnia en el emprendimiento como factor interno del emprendedor descrito por los autores Aguilar, *et al.* (2019) como “la existencia de un desconocimiento de la mercadotecnia limita las ventajas del emprendedor en garantizar el éxito en su negocio” (p. 1310). De este modo se puede reconocer la mercadotecnia como un sistema complejo, integrado por múltiples elementos (las necesidades de las personas, demanda de los clientes, producto, mercado de intercambio dinámico y forma de pagos, entre otros), que en conjunto desarrollan con el emprendimiento y su marca la capacidad de crear valor agregado al bien o servicio. Esta capacidad dentro de las habilidades del emprendedor establece la forma de cómo satisfacer las necesidades del cliente

de manera adecuada a través del consumo de lo que se oferta; como factor interno se detalla el emprendedor en su gestión de elaboración de un plan de mercado y segmentación del mismo sobre un alimento o bebida que elabora para el consumo humano.

Según como detallan los autores antes mencionados, se define de manera concluyente que un emprendimiento sobrevive gracias a su potencial competitividad en un entorno que es agresivo, con la garantía de la calidad de lo que ofrece a los clientes adecuados que están en capacidad de realizar la compra y que es realmente lo que requieren para satisfacer las necesidades de estos.

Talento humano

En este apartado se halla el fundamento relacionado a los factores internos del emprendimiento como la habilidad de capacitar y crear un conocimiento en el personal que es seleccionado para la atención al cliente o la entrega de un servicio que sea deseado por el consumidor, de esta manera las autoras Soledispa y Guitart (2017) dicen: “la gestión del talento se influye bajo las teorías organizacionales y la teoría comportamental de los emprendedores” (p. 20). La teoría organizacional es aquella que destaca la forma en que se ordena la jerarquía de funciones de un emprendimiento, mientras que la teoría de comportamental es se enfoca en la búsqueda de conductas deseadas para la atención al cliente, de esta manera se usa como un enfoque interno del negocio porque es posible adapta o seleccionar el candidato idóneo para el desempeño de funciones.

De tal forma que, la influencia del factor de talento humano es sobre la productividad del emprendimiento, está también íntimamente legado a la pertenecía de los colaboradores al desempeño de las acciones y alcance de objetivos por estrategias de la microempresa. Es así que se establece la propuesta teórica del autor Armas *et al.* (2017) mencionaron que: “la presencia de una estructura de organización desordenada y sin jerarquías definidas influye en

el ambiente de trabajo de los colaboradores” (p. 59). A partir de la propuesta inicial de este autor se puede comprender la importancia de la definición organizacional de un emprendimiento para sobre llevar posibles cambios adversos o favorables que provengan de los factores externo antes mencionados.

No obstante, la propuesta de los autores Navarro *et al.* (2016) describen la función de la cultura organizacional como: “las capacidades internas del propietario del negocio en el uso de los conocimientos de *export managers* se consideran como elemento central en el progreso de la organización pudiendo influir en el grado de orientación emprendedora” (p. 138). Es de esta manera que la presentación de las propuestas, de los autores antes mencionados, donde se entiende que es necesaria una conformación sólida y firme que puede tener cierto grado de flexibilidad ante los errores durante una producción que luego son solucionados y evitados bajo la gestión correcta de los recursos humanos.

Habilidades emprendedoras

Al presentar la variable interna de predisposición del emprendedor se define la cualidad de alcanzar las metas como uno de los potenciales identificadores de los factores externos e internos que disminuyan la calidad de posicionamiento del emprendimiento.

En el momento de llegar a afrontar los efectos del ambiente interno de un emprendimiento el administrador del negocio está en la obligación de seleccionar las estrategias necesarias que sean oportunas para solucionar las posibles dificultades en el servicio o el producto (Pittaway, 2019). Con este apartado se puede comprender que es necesario tomar en cuenta cualquier variación en la elaboración y la entrega de servicio o producto para que el cliente este satisfecho, toso esto es parte de las habilidades del emprendedor con el cual puede llegar a una sostenibilidad de su negocio.

Es importante clasificar la cualidad del emprendedor según sus facultades de lograr identificar y elaborar proyectos de producción en una comunidad, de esta forma la selección de planeaciones, distribuciones, evaluaciones y controles está fuertemente ligada a la identificación de los factores de riesgo que se hallen en un emprendimiento. (Navarro *et al.*, 2016)

El emprendedor tiene la capacidad de innovar y diseñar a partir de su creatividad un concepto diferente de un servicio o bien ofertado y al mismo tiempo captar el interés de un grupo de potenciales clientes partiendo de una propuesta de valor la mejora de un producto a partir de uno previamente existente. Según los autores Fuentes y Montero (2015): “el emprendedor posee siempre miedo al fracaso como influyente negativo a la innovación lo cual requiere tener mayor tolerancia al riesgo” (p. 26). De manera previa, se puede comprender que el emprendedor es considerado como un desarrollador de nuevos conceptos sobre una realidad ya existente debe tener en cuenta el desarrollo de una mayor confianza para poder arriesgarse a la toma de oportunidades que le ofrece el medio.

Actitudes emprendedoras

Se considera un emprendedor e innovador es aquel que tiene disposición a desarrollar una tarea, que conlleva tener algún riesgo. Tal como los autores Macías, Sánchez y Zerón (2019) expresan: “La motivación es un factor favorable para el logro de un emprendimiento que no sólo es participe de los conocimientos profesionales” (p. 29). Por sencillo que sea la tarea que va ejecutar el emprendedor, requiere de dos componentes: saber hacer y el saber ser que son las encargadas de expresar la forma de realizar las labores y como se debe afrontar los cambios ante una posible toma de decisiones.

El conocimiento sobre cómo se comporta el entorno dinámico en el cual se desempeñan las funciones del emprendedor es considerado como la capacidad de establecer una respuesta

rápida sobre factores externos que valoren la situación económica y la competencia del mercado. Finalmente, esto se puede entender como aquella habilidad de resolución de problemas ante la presencia de grandes desafíos que siempre se encuentran presentes en el ecosistema emprendedor ecuatoriano. Por su relevancia, las habilidades relacionadas con la actitud del emprendedor se consideran importantes en la innovación los servicios y productos con enfoque en el crecimiento económico local.

Aspiraciones emprendedoras

En este factor influyente en el emprendimiento se determina el uso de las aspiraciones del emprendedor como parte del pensamiento crítico del mismo hacia la capacidad de poder interpretar el posicionamiento de su negocio y de los posibles elementos del entorno adversos al mismo como la competencia y la dinámica de la economía de su localidad, por ello se describe según los autores Ornelas, Contreras y Silva, (2015) “la motivaciones la satisfacción responsable de un logro alcanzado para mejoras del resultado de sus acciones junto al interés que del emprendimiento como espíritu emprendedor” (pp. 47-48). A través del espíritu emprendedor se puede alcanzar las metas que son motivadas para el logro de satisfacciones personales y a su vez que pueden incidir en su entorno social y familiar de dueño del negocio naciente o ya puesto en marcha.

De la misma forma, se puede interpretar que hoy poseen un alto grado de complejidad los emprendimientos, el emprendedor deberá aceptar que, para alcanzar el éxito en su negocio, es necesario identificar los elementos que debe trabajar y que éstos estarán sincronizados los unos a los otros con el propósito de satisfacer aquellas necesidades que presenta el consumidor y contribuir a los objetivos del emprendimiento.

Este pensamiento que desarrolla el emprendedor como sus aspiraciones a futuro contribuye también a identificar oportunidades de innovación en la entrega de un servicio a un

producto al consumidor como parte de la competitividad que puede ser controlada de manera interna y que generaría una incidencia en el negocio, ya que una visión de conjunto permite crecer a los pequeños comercios dedicados a la venta de comidas rápidas en el cantón Durán.

Marco legal

A partir del año 2013 tuvo un antecedente el emprendimiento con la alianza de la capitalización pública-privada en el Ecuador, con la finalidad de hallar los problemas que afectan el emprendimiento en el país, alrededor de 300 entidades en diferentes sesiones diseñaron una propuesta de ley de fomento al emprendimiento e innovación. (Alianza para el emprendimiento e innovación, 2019).

En el tercer día del mes de diciembre del año 2018 se presentó a la Asamblea la Nacional del Ecuador Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (2018), con el objetivo de: “Establecer un marco normativo que incentive y fomente la creación, desarrollo, crecimiento y expansión de proyectos de emprendimiento a nivel nacional” (p. 9). Este proyecto fue calificado como aprobatorio en la asamblea el 22 de enero de 2019, siendo este remitido a la Comisión Especializada Permanente del Desarrollo Económico, Productivo y la Microempresa, con la finalidad que esta Comisión lo unifique con otros proyectos de esta materia.

En relación a este trabajo sobre el efecto de los factores en el emprendimiento se destacan los siguientes objetivos de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (2018): “Desarrollar programas de soporte técnico, financiero y administrativo para emprendedores que acompañen en el desarrollo y sostenibilidad de sus emprendimientos, creando un ambiente innovador, controlado y seguro; Promover el acceso al financiamiento público y privado para los emprendedores” (p. 10).

Los principales ejes de la Ley, ya antes mencionada son:

- Implementación de las Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS), posibilita constituir nuevas sociedades unipersonales sin capital mínimo para su inicio de operaciones.
- Creación del Registro Nacional de Emprendedores (RNE) que facilitará focalizar la implementación de nuevas políticas orientadas a promover el crecimiento de los nuevos negocios.
- Creación de nuevas fuentes de financiamientos, que incluyen el capital de riesgo, capital semilla, inversiones.
- Promoción de “*crowdfunding*” para emprendimientos.
- Contratos laborales con mayor flexibilidad.
- Reestructuración de las pequeñas y medianas empresas, para que, los emprendedores pueden generar una comunicación competitiva con sus acreedores y financiar sus deudas.

Dentro de estos ejes principales señalados se puede apreciar el aporte de este estudio sobre la necesidad en la participación del estado como un agente de beneficio ante los requerimientos de la micro empresa, es necesario determinar que la ley también posee una cara limitante ante los procesos de adquisición de los recursos solicitados por el emprendedor y las garantías del mismos en la mitigación de la influencia de factores externos que no están bajo su control en la competencia desleal o la informalidad que afecta notablemente al comercio dedicado a la venta de alimentos y bebidas en el cantón Durán.

El estado por medio de este proyecto de ley busca la creación, sostenibilidad, sustentabilidad y desarrollo de los emprendimientos, de la misma forma facilita la obtención de los permisos pertinentes para la legalización y crecimiento del negocio con una posibilidad de sostenimiento financiero y legal que reduce en algo el efecto de la competencia ante cadenas

comerciales ya posicionadas que poseen una amplia cobertura y producción por sobre los negocios locales nacientes.

Se añade finalmente que, “desde el punto de vista del financiamiento, se pretende facilitar y formalizar otras fuentes de financiamiento para los emprendimientos, mediante capital de riesgo, capital semilla e inversores ángeles” (Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, p. 14, 2018).

Marco referencial

Se muestra la localidad del cantón Durán, en la provincia del Guayas en la región costa, es un sistema económico con ubicación estratégica junto al cantón de mayor producción económica y de manufactura del Ecuador (Guayaquil); el cantón posee una dinámica de producción en el ámbito industrial, comercial y agropecuario. Desde el ámbito que relaciona la influencia de factores externos e internos en los emprendimientos se toma en cuenta la motivación del emprendedor o del dueño del negocio para alcanzar una continuidad de operaciones.

En el primer antecedente referencial para el desarrollo de la investigación es la publicación de GEM (2020) que muestra los factores que fomentan y restringen el emprendimiento, tales como la educación y capacitación, la infraestructura comercial, información, investigación y desarrollo, entorno social y cultural, políticas gubernamentales, apoyo financiero y capacidad de emprender.

Este referente detalla los resultados según los indicados en el marco teórico conceptual sobre los factores externos e internos se demuestran en sus resultados son la viabilidad del mercado, muestra que es del 3,93% en la apertura de mercado interior en este estudio, y al mismo tiempo detalla el valor de factor exterior del negocio naciente del 46% y de los

establecidos del 63%; al mismo tiempo detalla la economía como emprendimiento como buena opción el Ecuador del 57,4%, en la estabilidad legal demuestra el mismo estudio que en el Ecuador se ubica en un valor de programas gubernamentales en el 3,58%, así mismos se demuestra que en el Ecuador el porcentaje del uso de la tecnología en el desempeño del emprendedor fue del 0,93%.

En el factor de tipo interno de un emprendedor se pretende resultados relacionados a estos indicadores según el GEM (2020), en el saber del nivel académico en el cual se detalla la selección de la población de estudio el cual es de 2060 personas que el Ecuador es del ninguna o primaria con el 45%, secundaria parcial con el 11%, secundaria completa con el 27% y post secundaria con el 18% en los emprendedores. En el saber del manejo del talento humano se detalla con el valor del 50% de los individuos encuestados.

En las habilidades emprendedoras se detalla según el estudio de GEM (2020) se destaca cuanto al temor al fracaso como barrera para emprender, el 32% de la población responde afirmativamente, este indicador se ubica por debajo de los promedios referenciales, incide en la intención de emprender. El 53.2% de quienes se consideran capaces y no están emprendiendo actualmente, iniciaría un negocio en los próximos tres años, en comparación con el 35,9% de quienes no perciben poseer las capacidades para emprender.

Un segundo estudio de López, Astudillo, Carpio, Delgado y Martínez (2016) con el tema Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y las empresas del área urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador, detalla el objetivo de analizar estos factores que influyen el emprendimiento, este estudio de tipo descriptivo, inferencial, establece una respuesta orientada a la prioridad de análisis de las condiciones del entorno externo de la empresa y de la cultura organizacional de la misma para lograr los objetivos de sostenibilidad en la venta de alimentos y demás.

Por otra parte, el estudio realizado por López *et al.* (2016) afirma que:

Los emprendedores consideran que los aspectos más importantes que influyen en la sostenibilidad de las empresas son: financiamiento (51%); entorno legal: sistema propicio de impuestos, permisos de funcionamiento, entre otros (51,3%); condiciones del mercado: competencia, proveedores, clientes, calidad, innovación, tecnología (67,8%); entorno económico: clima macroeconómico y político (56,5%); formación (73%); y otros aspectos: recursos humanos calificados, planificación (44,3%). (p. 33)

López *et al.* (2016) contrastase resultados citando a hallado en Varela (2001) que describió la formación de nuevos emprendimientos es resultado de la combinación y de la interacción de diversos factores, entre ellos los de situación de las empresas y emprendimientos, socioculturales, psicológicos y de tipo económicos; cada uno de estos factores posee su evento de hecho científico que antecede a los potenciales efectos en los emprendimientos, por esta razón describe claramente que se debe tener en cuenta las siguientes cualidades como factores internos:

- Toma de iniciativa.
- Acumulación de recursos.
- Administración.
- Autonomía.
- Toma de riesgos.

Destaca, el autor López *et al.* (2016) la presencia de factores de desplazamiento considerados como positivos (oportunidades) o negativos (desempleo, frustración). Por otra parte, el estudio presentado por Acuña y Gamarra (2018) con el tema de factores que influyen en la intención de emprendimiento de estudiantes de pregrado de una universidad privada de Lima 2018, mostró resultados relacionados con las siguientes variables:

- Creatividad.
- Utilidad percibida que orienta al emprendimiento.
- Confianza.
- Actitud emprendedora.
- Experiencia de negocios.
- Análisis de subjetividad y oportunidades de mercado.
- Formación académica.
- Entorno social y político.
- Control de factores internos en la intención de emprendimiento.

El estudio de Acuña y Gamarra (2018) fundamenta su estudio en la propuesta de los autores Turker y Sonmez (2009) que mencionaron la existencia de un vínculo entre intención y personalidad del emprendedor. Este estudio guarda relación muy cercana a lo que se desea evaluar y está estrechamente ligado a los contenidos de la recolección de la información bibliográfica, que son de importancia para el contraste de la información en la recolección primaria de datos.

Capítulo II

Marco metodológico

Este contenido abordará el procedimiento y forma de obtención de la información, con el tipo y alcance de la investigación con sus respectivas limitaciones que afectan a la recolección de los datos primarios y finalmente se realizará la medición de los valores resultantes de encuestas de manera general, pero favorecen la particularidad de los indicadores de cada una de manera respectiva.

Diseño de la investigación

Se debe especificar que es no experimental por no establece un cambio en la cualidad y la cuantificación de los resultados por la puesta en práctica de la propuesta que es obtenida por medio de la recolección de la información primaria, pero si define una aportación al nivel de tipo maestrante con la expresividad de los resultados en la solución de un problema que se ve contantemente en la localidad y es de así una base de estudio para nuevas investigaciones con la factibilidad de apropiación de nuevos estándares de intervención en la capacitación para emprendedores al momento de existir alguna amenaza por la incursión de nuevos puestos de comida informales en su sector.

De esta manera la resolución de modelo y la tipología del caso de estudio de tipo científico detallan la incompleta comprensión de los efectos e incidencia de los factores en el emprendimiento en la localidad de Durán. De manera más asociativa sobre este modelo de estudio maestrante, no se modifica ni se aplica una nueva teoría, pero si se expresa el problema latente para el desarrollo de los locales de comida rápida en el sector para luego ser evaluados con estudios de doctorado en la especificación de estrategia contemporáneas en la modelación de selección de respuestas ante conflictos de intervención externa en el administrador.

Se limita esto por ser una cobertura extensa y se debe tener un apoyo de forma estatal en la propuesta de nuevas leyes para fortalecer la administración del emprendedor en la ampliación de la cobertura de su negocio. Esto se puede aportar con a modelación de la conducción de las respuestas del emprendedor a base de una gestión de conocimientos derivados de afrontar adversidades en el entorno y la organización o gestión de su negocio

Este estudio corresponde a una investigación de campo, en el cual se incluye la encuesta como principal instrumento, de esta forma se muestra como un estudio con enfoque de tipo cualitativo y cuantitativo. Esto demuestra no ser un modelo experimental, por ello según el autor Cegarra (2018) dio que: “el diseño no experimental se muestra como la inexistencia de la manipulación de las variables y solo muestra la evidencia real del hecho en estudio con propuesta de cambio no evaluada en campo de acción” (p. 67). La capacidad de acercamiento al sujeto de estudio es notable al momento de solo apropiarse de su opinión sobre cuáles fueron las causas del problema ser evaluado según la subjetividad de los mismos sobre el problema

Según el propósito

Se describe el estudio según el propósito en =investigación aplicada, que es (Aquiahuatl, 2019) la encargada de dar respuesta a determinados problemas o aspectos que se vinculan con los hechos científicos que están en torno a un fenómeno. Es de esta manera que se usa este tipo de investigación debido que es necesario esclarecer los hechos que se sitúan alrededor de los efectos que causan los factores internos y externos sobre los emprendimientos de comidas rápidas en el cantón Durán.

Según su enfoque

Es de tipo cuantitativo que es definido por el autor Yépez (2017) que dijo: “la capacidad del investigador se limita a la entrega de resultados de forma numérica de los medios de evaluación en los indicadores de cada variable” (p. 64). Bajo este método de estudio se

determina la participación del investigador en la recolección de la información relacionada a la medición de las variables por medio de sus indicadores en el análisis de las mismas con la presentación de los graficas estadísticas.

Alcance de la investigación

Se emplea el alcance de la investigación para tratar de conocer la situación del contexto del problema. En este contexto según el autor Pardinás (2016) que expresó: “a través del análisis de la respuesta del interrogante general de la investigación se halla la contextualización de las posibilidades de logra dicha respuesta” (p. 97). Según este autor se muestra el alcance como la capacidad de ser exploratoria y descriptiva.

La tipología de esta investigación es exploratoria, es la iniciación de la presentación de la recolección de información, este tipo de investigación se definió por el autor Aquihuatl (2019) que dijo: “se busca las razones de la causa del problema con la expresión de los resultados recopilados a través de fuentes de información y no la modificación de teorías” (p. 51). A través de este autor se especifica el aporte del estudio que no detalla la modificación de una teoría y no expone la modelación de un resultado por medio de la intervención de forma experimental como se explicó anteriormente.

Por otra parte, la investigación es también descriptiva, según el autor Cortéz (2016) la definió como: “la búsqueda de la expresión de los resultados de una investigación por la expresividad de sus componentes” (p. 85). A través de este autor se puede aportar en el estudio que es la cualidad de asociación de los hechos con el uso de la modalidad de tipo cuantitativa en la expresividad del fenómeno en la influencia de los factores externos e internos en el emprendimiento de un negocio que debe ser evaluado para comprender como afecta la relevancia de un indicador en una determinada variable sin ser modificada para ser analizada.

Por ello, solamente se aplica el modelo exploratorio y descriptivo, que a pesar de ser un estudio científico solo abarca la relación del hecho en una determinada comunidad o contexto, más no abarca una modificación de los procedimientos de acción sobre el desarrollo de una descripción no experimental.

A manera de aclaración sobre el uso del nivel exploratorio en un estudio científico de maestría, se debe entender que es la base para conocer un propósito que se debe destacar en relación a los aspectos de un problema que se debe determinar según el autor Hernández (2016) que dijo: “la base de la exploración es la confirmación de una problemática” (p. 107). De este autor se determina la conceptualización que defiende el uso de la exploración del resultado que se detalla de manera inerte sobre el uso de una correlación no efectuada en variables, pero se aplica como la expresividad de los problemas de modo generalizado en la observación del problema,

Es de utilidad el uso de este modelo de investigación por que simplifica la relación y conclusión de análisis de los resultados de una recolección de información de un estudio de tipo científico.

Según su temporalidad

Es de tipo transversal ya que según el autor Gómez (2017) lo definió como: “un modo de recolección de información en un periodo de tiempo determinado y no es evaluado con periodos anteriores o posteriores al momento de contrastar resultados” (p. 74). De esta forma el aporte del estudio se centra en un rango de tiempo comprendido entre noviembre del 2019 hasta enero del 2020.

La recolección de la información y el desarrollo del estudio científico en este periodo de tiempo facilita la evaluación transversal de los hechos sobre el cual se puede entender en que forma los factores internos y externos logran tener una facilidad o adversidad en el desempeño

de la producción y cobertura con el posicionamiento de mercado de los locales dedicados a la venta de alimentos y bebidas de forma rápida para el sector de Durán.

Técnicas de recopilación de la información

Según los métodos aplicados en la investigación se determina la intervención de la aplicación de procedimientos derivados del diseño y tipo de investigación usados en el estudio (Alvira, 2016). Así se, muestra la primera interrelación en la aplicación de los procesos de evaluación y análisis de la encuesta con la facilidad de toma de cuestionarios ya validados por otros autores que tiene un tema de estudio con variables idénticas a esta investigación, es así que fue seleccionado para la recolección de información.

Los cuestionarios de preguntas utilizados pertenecen a Acuña y Gamarra (2018) como instrumento ya validado para obtener una información relacionada al problema de manera específica con la utilización de 29 preguntas de tipo cerradas en escala Likert que posteriormente fueron puestas en análisis los resultados de los valores porcentuales de las respuestas de los emprendedores del cantón Durán de manera objetiva.

Procedimientos

Los procedimientos en la recolección de los datos primarios de la investigación se hallan delimitados en la necesidad de esclarecer y verificar un problema declarado en el estudio, de esta manera se puede conocer los factores que inciden en los emprendimientos dedicados a la venta de comidas rápidas en el cantón Durán.

Así, el instrumento de la investigación detallado, como es la encuesta, arrojará resultados que serán analizados de manera objetiva de forma porcentual para establecer los factores que inciden en los emprendimientos de personas dedicadas a la venta de alimentos y bebidas en la modalidad de comidas rápidas en el cantón Durán.

Una vez detallada la formulación de las preguntas de los cuestionarios para la recolección de la información primaria se procede a la selección de la muestra de una población específica, que se relacionan con el objeto de investigación, esta recopilación de información será de utilidad para esclarecer los contenidos que debe abordar la propuesta y al mismo tiempo dar respuesta a la interrogante general de la investigación, para esto se procede a la tabulación de las respuestas y posterior puesta en figuras porcentuales y tablas para su mejor comprensión con sus debidos análisis y finalmente el análisis y discusión de todos los resultados.

Población y muestra

La población es un conjunto de personas que muestra una característica en común (Aquiahuatl, 2019). En censo realizado por el Municipio Autónomo del Cantón Durán, exigieron en el año 2020, en datos del estudio realizado por (Anchundia & Barrezueta, 2020), indagaron en datos del INEC y establecieron un nivel de emprendimientos alrededor de 6900, en el cual es 3.65% de comidas rápidas siendo así 252 negocios con el mismo número de propietarios como informantes primarios.

Por ser un grupo relativamente pequeño a la población del cantón se toma en su totalidad los 252 emprendedores para ser encuestados. El instrumento utilizado es validado por haber sido aplicado por el autor Acuña y Gamarra (2018), este comprende un grupo de 29 preguntas sobre factores que inciden en el emprendimiento.

Discusión de los resultados

A continuación, se presentan los resultados de las encuestas realizadas a los propietarios de los locales de comidas rápidas en la ciudad de Durán, mediante encuesta vía internet en formularios *Google Forms*, se logró llegar a 252 personas con 29 preguntas relacionadas con los factores que inciden en los emprendimientos, por ser estos percibidos por los propietarios.

Tabla 1

Distribución por edad de encuestados

Edad:		
Opciones	Frecuencia	%
18 a 25	18	7,14%
26 a 33	90	35,71%
34 a 41	126	50,00%
42 a 49	18	7,14%
50 a 57	0	0,00%
56 a 63	0	0,00%
64 o más	0	0,00%
Total	252	100,00%

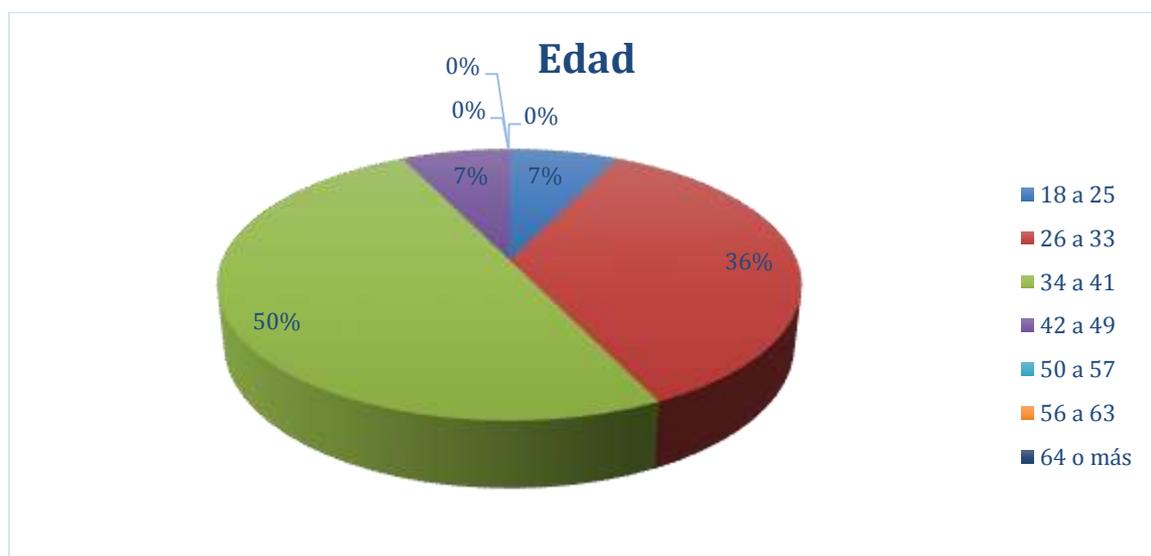


Figura 2

Edad

De la muestra de 252 personas encuestadas que son propietarios de negocios dedicados a las comidas rápidas con una antigüedad no mayor a 5 años un 50% está en edad de 34-41 años, seguido de 26 a 33 años con el 35,71%, según datos de *Global Entrepreneurship Monitor, 2020* en el Ecuador, establece que la Tasa Emprendedora Activa (TEA) está en promedio en los 42 años, cuyo valor es muy aproximado en los resultados de esta encuesta.

Tabla 2

Estudios logrados

Nivel de estudios logrado		
Opciones	Frecuencia	%
Bachiller	108	42,86%
Tercer nivel	108	42,86%
Posgrado	36	14,29%
Total	252	100,00%

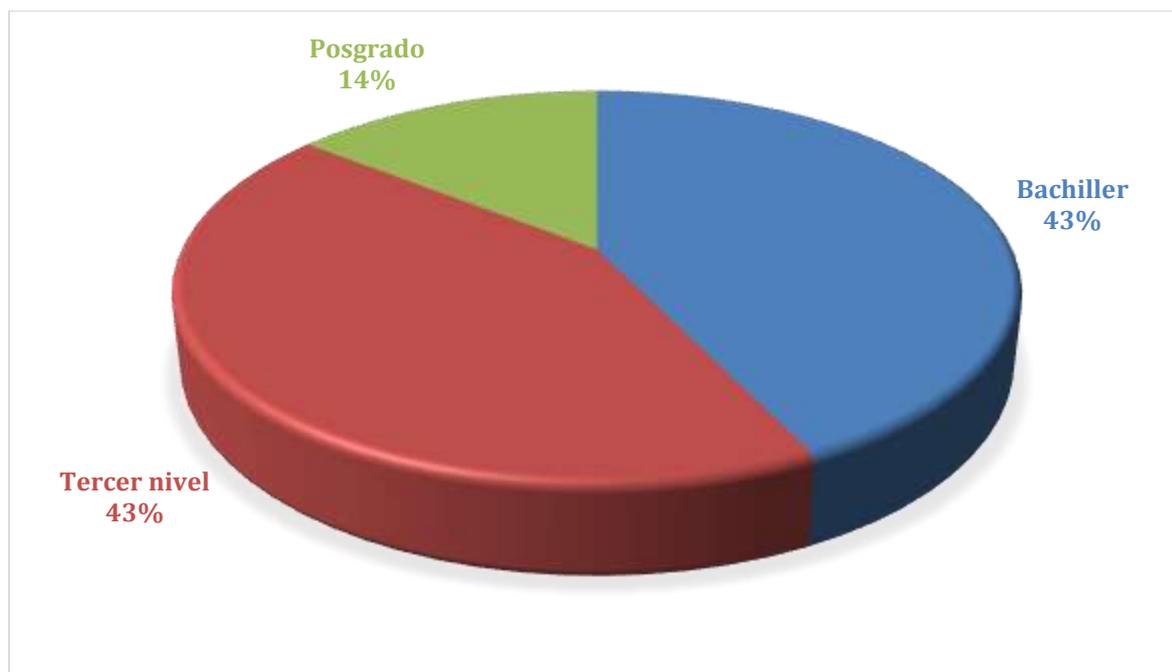


Figura 3

Estudios logrados

Con negocio establecidos y nacientes los estudios logrados por los emprendedores se ubican en una igualdad entre bachilleres y tercer nivel con el 42,86% cada uno, en los estudios referentes de *Global Entrepreneurship Monitor, 2020* en el Ecuador, se detalla para secundaria completa el 32,9% y en el caso del tercer nivel 22,8%; para este postgradistas es del 14,29%. Se observa una brecha muy amplia entre la media nacional y el resultado entre emprendedores de tercer y cuarto nivel, lo que demuestra bajo análisis la relación entre alta competitividad que poseen los profesionales y maestrantes en la demanda de empleo que los empuja a tener un emprendimiento en base a sus habilidades y aptitudes.

Tabla 3

Riesgo de equivocarse en nuevos proyectos

1 ¿Me gusta iniciar un nuevo proyecto sin temor a equivocarme?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	126	50,00%
De acuerdo	126	50,00%
Indiferente	0	0,00%
En desacuerdo	0	0,00%
Total	252	100,00%

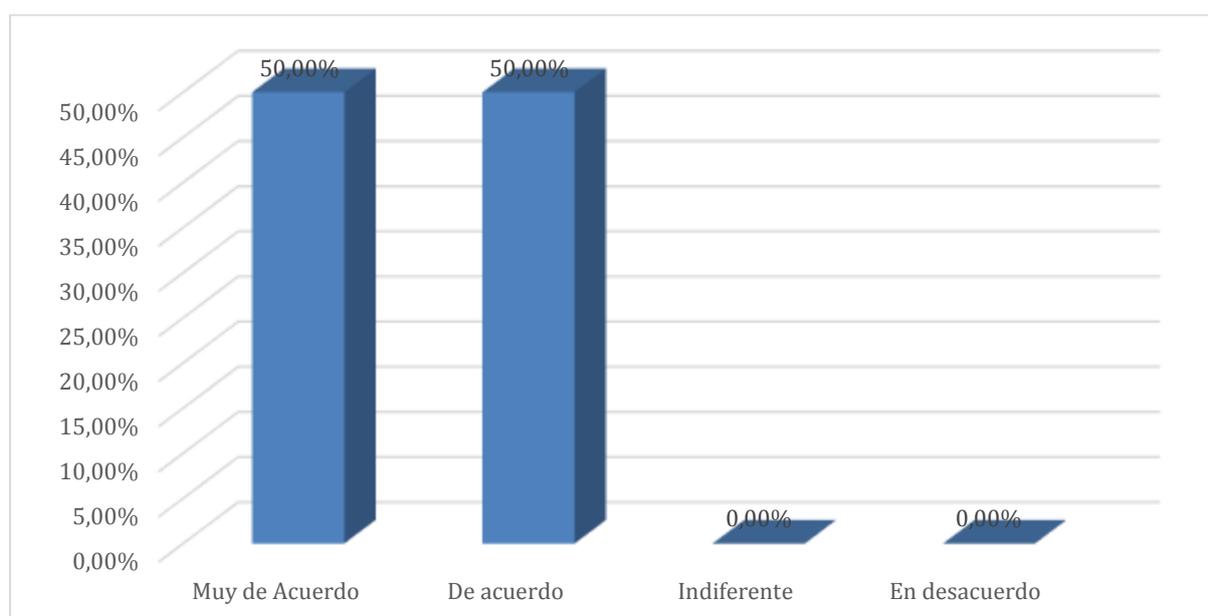


Figura 4

Riesgo de equivocarse en nuevos proyectos

Según los resultados hallados, el 50% de los encuestados tiene temores en sus nuevos proyectos seguidos del 50% que está de acuerdo con ello, pero en el estudio realizado por Acuña y Gamarra (2018) los resultados fueron de 13,3% muy de acuerdo y 74,2% de acuerdo, en nuestro medio el nivel de temor a la equivocación de nuevos proyecto es más alta como expresó Acuña y Gamarra debido a la incertidumbre que ofrece el mercado y la inestabilidad económica por políticas públicas y el inicio a la eliminación de subsidios en los combustibles. Según GEM (2020) “el 31.7% de la población considera que el miedo al fracaso le impediría emprender” (p. 7).

Tabla 4

Cambios constantes en escenarios con incertidumbre

2 ¿Necesito cambios constantes incluso cuando esos cambios implican una mayor incertidumbre?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	126	50,00%
De acuerdo	72	28,57%
Indiferente	36	14,29%
En desacuerdo	18	7,14%
Total	252	100,00%

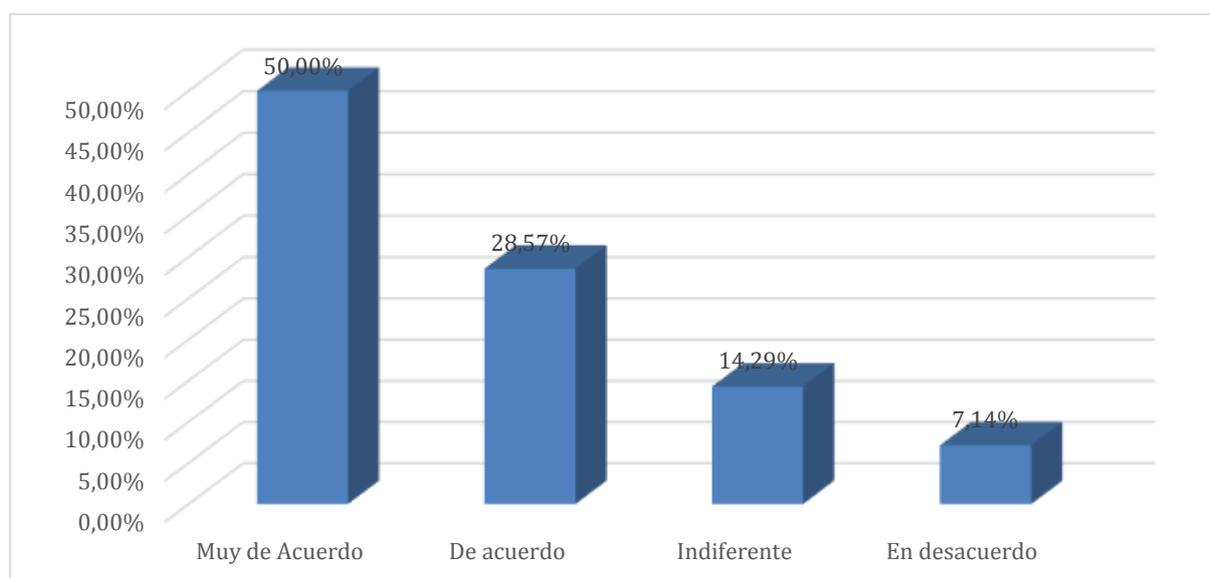


Figura 5

Cambios constantes en escenarios con incertidumbre

Como se explicó con anterioridad, la incertidumbre en el mercado y en la economía de una región o nación afecta de forma directa al emprendimiento, como demuestra el estudio local con el 50% de los encuestado al estar muy de acuerdo con los cambios constantes a pesar de tener un escenario incierto, a diferencia del estudio realizado por Acuña y Gamarra (2018) que detalla un nivel del 80,1% de aceptación de esta conducta superando al resultado local. Detalla que la políticas gubernamentales afecta con incertudumbre el emprendimiento, tal como se muestra en el resultado GEM (2020) develó que: “La austeridad trajo consigo incertidumbre política” (p. 9). Esto fue evidente durante el 2021

Tabla 5

Las oportunidades que surgen son más importantes que cualquier amenaza

3 ¿Cuándo ocurre un cambio inesperado, las oportunidades que surgen para mí son más importantes que cualquier amenaza?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	162	64,29%
De acuerdo	72	28,57%
Indiferente	18	7,14%
En desacuerdo	0	0,00%
Total	252	100,00%

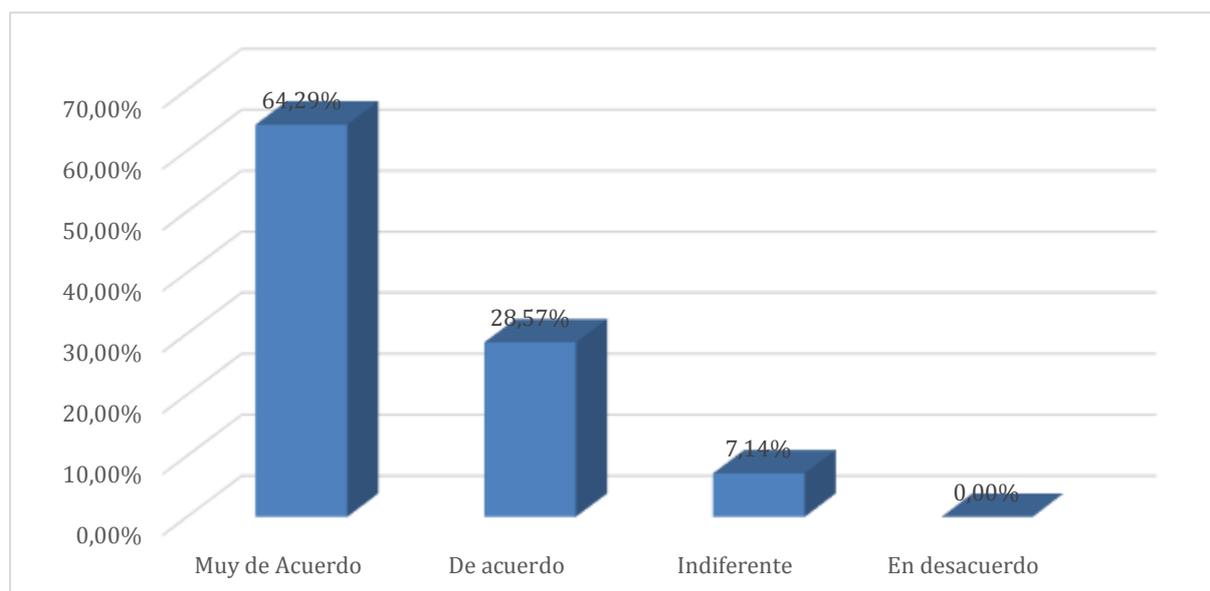


Figura 6

Las oportunidades que surgen son más importantes que cualquier amenaza

Los resultados de la tercera pregunta detallan que el 64,29% está muy de acuerdo en que en el momento que ocurre un cambio inesperado, las oportunidades que surgen para mí son más importantes que cualquier amenaza, esto se relaciona con el informe de Acuña y Gamarra (2018) donde el 28,57% que está de acuerdo, se contrasta con el resultado del informe de 81,1% que está de acuerdo y el 7,4% que está muy de acuerdo, según GEM (2020), el potencial percibe las oportunidades emprendedoras, detalla que el “55,8% de la población adulta percibe oportunidades para iniciar un negocio en el área de su residencia” (p. 23). Esto indica que existe facilidad de emprender un negocio, pero implica de forma equitativa sus riesgos en la localidad de Durán.

Tabla 6

Emprendimiento y rendimiento financiero

4 ¿Considero que obtendría un alto rendimiento económico, si me convierto en emprendedor?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	162	64,29%
De acuerdo	72	28,57%
Indiferente	0	0,00%
En desacuerdo	18	7,14%
Total	252	100,00%

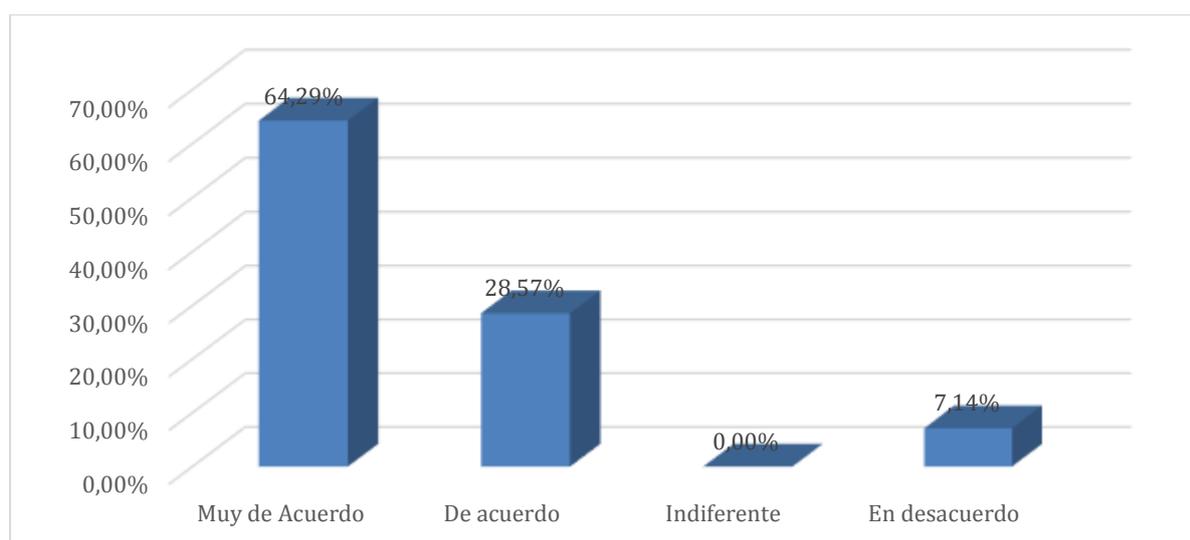


Figura 7

Emprendimiento y rendimiento financiero

Los encuestados detallaron su afinidad a la realización de un emprendimiento con un alto rendimiento económico en el 64,29% y de acuerdo con ello el 28,57%; por otra parte, el informe de Acuña y Gamarra (2018) indica que el 62,2% está de acuerdo y 35,4% muy de acuerdo con la obtención de un alto rendimiento económico. Según detalla el autor López et al. (2016) logrará un generador económico es el 77,0% de los resultados de sus encuestas. En tal caso según determinan los autores en este análisis, los emprendedores buscan tener una oportunidad en el entorno para iniciar sus negocios a pesar de la incertidumbre y acompañado de la búsqueda de rendimiento económico y sostenibilidad financiera tal como indica en los valores muy cercanos entre los tres resultados.

Tabla 7

Satisfacción personal de ser emprendedor

5 ¿La satisfacción personal de ser emprendedor sería muy alta?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	216	85,71%
De acuerdo	18	7,14%
Indiferente	18	7,14%
En desacuerdo	0	0,00%
Total	252	100,00%

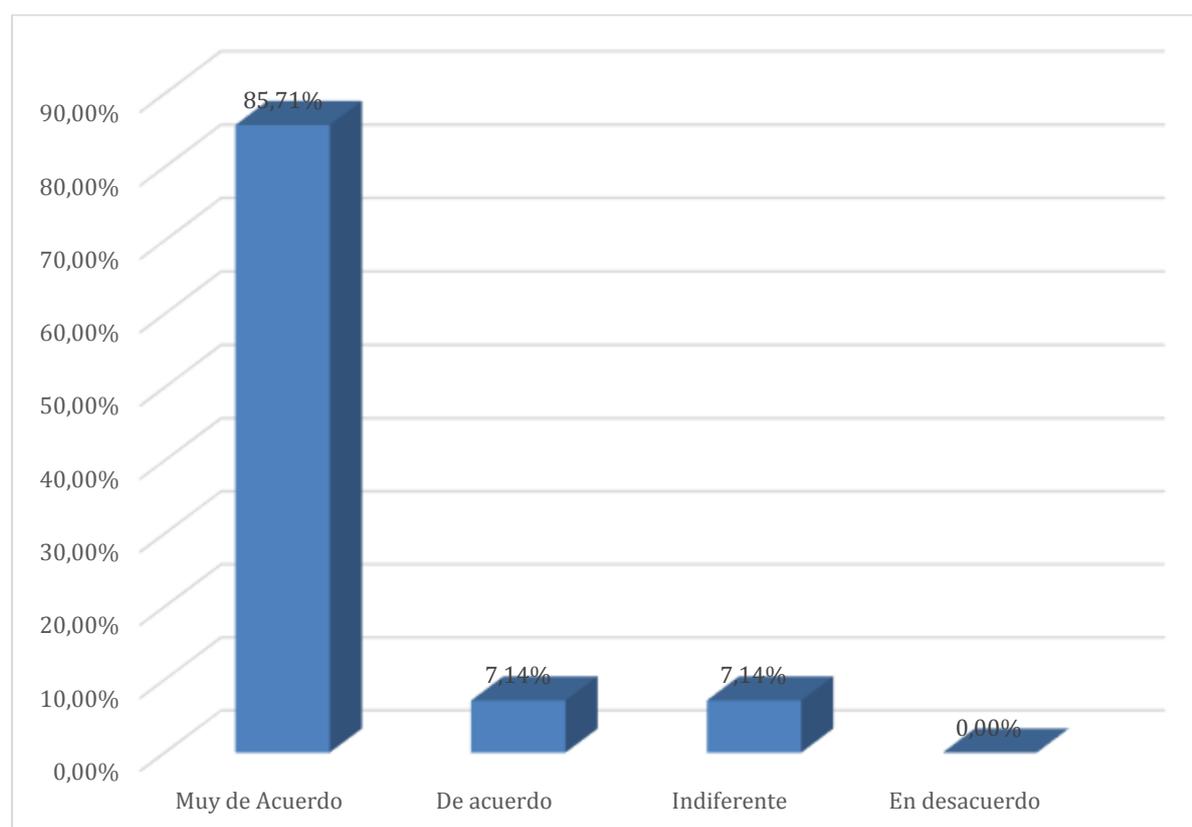


Figura 8

Satisfacción personal de ser emprendedor

Las respuestas de los encuestados se orientaron hacia el 85,71% en estar muy de acuerdo que la satisfacción personal de ser emprendedor sería muy alta, en los resultados de Acuña y Gamarra (2018) fueron de 61,2% de acuerdo y el 35,1% muy de acuerdo. De acuerdo con los resultados GEM (2020) la satisfacción de los emprendedores busca las nuevas formas acercarse al cliente y dar solución a sus requerimientos.

Tabla 8

La calidad de vida

6 ¿Considero que de ser un empresario mi calidad de vida mejoraría?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	198	78,57%
De acuerdo	18	7,14%
Indiferente	36	14,29%
En desacuerdo	0	0,00%
Total	252	100,00%

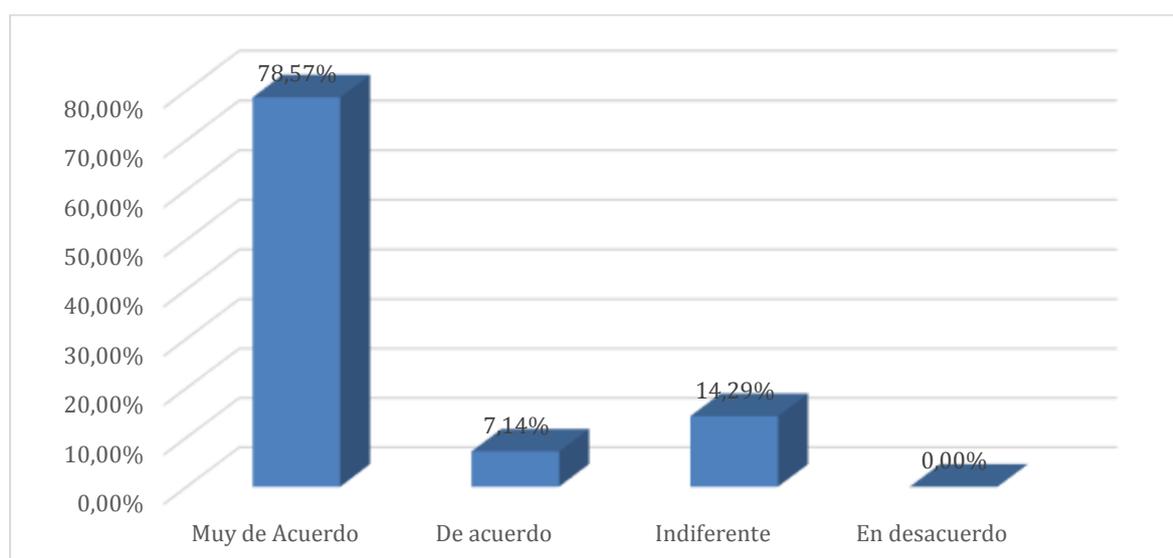


Figura 9

La calidad de vida

Los emprendedores consideran que ser empresario les mejora la calidad de vida, con un 78,57% y 7,14%, muy de acuerdo y de acuerdo, respectivamente; según datos del autor Acuña y Gamarra (2018) fue un 77,9% está de acuerdo y el 15,4% está muy de acuerdo con esta pregunta. Por otra parte, según GEM (2020) “dos tercios de los adultos, en promedio, consideran que el emprendimiento es una buena opción de vida” (p. 23). Según detalla esto, es el 71.9% de los emprendedores a nivel nacional que buscan una mejor calidad de vida a través de sus trabajos independientes; valores muy cercanos al resultado del estudio en la ciudad de Durán.

Tabla 9

Realización de planes

7 ¿Cuándo hago planes, estoy seguro de que lo realizaré?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	90	35,71%
De acuerdo	144	57,14%
Indiferente	18	7,14%
En desacuerdo	0	0,00%
Total	252	100,00%

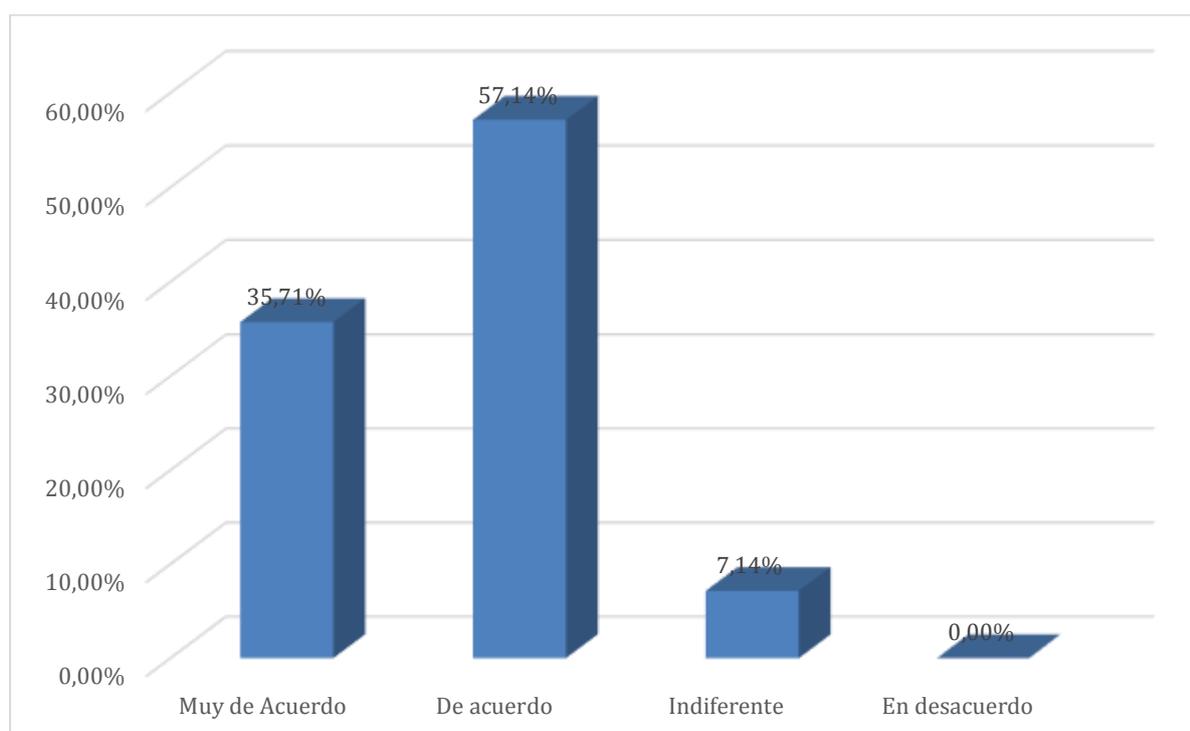


Figura 10

Realización de planes

Según muestra la tabla 9, la planificación estratégica es parte esencial de la preparación de un emprendimiento, es así que el 57,14% está de acuerdo y el 35,71% está muy de acuerdo; por otro lado, el estudio de Acuña y Gamarra (2018) fue del 79,3% de acuerdo y el 9% muy de acuerdo. Para el autor López *et al.* (2016) la planificación sistémica y seguimiento del emprendedor fue del 20,5%, muy por debajo del promedio hasta el momento. Según GEM (2020) los negocios tienen una planificación del 92.9% en continuidad y de cierre planificado del 3,1%

Tabla 10

Alcanzar objetivos

8 ¿Si se alcanza o no un objetivo depende principalmente de mí y mi comportamiento?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	144	57,14%
De acuerdo	90	35,71%
Indiferente	18	7,14%
En desacuerdo	0	0,00%
Total	252	100,00%

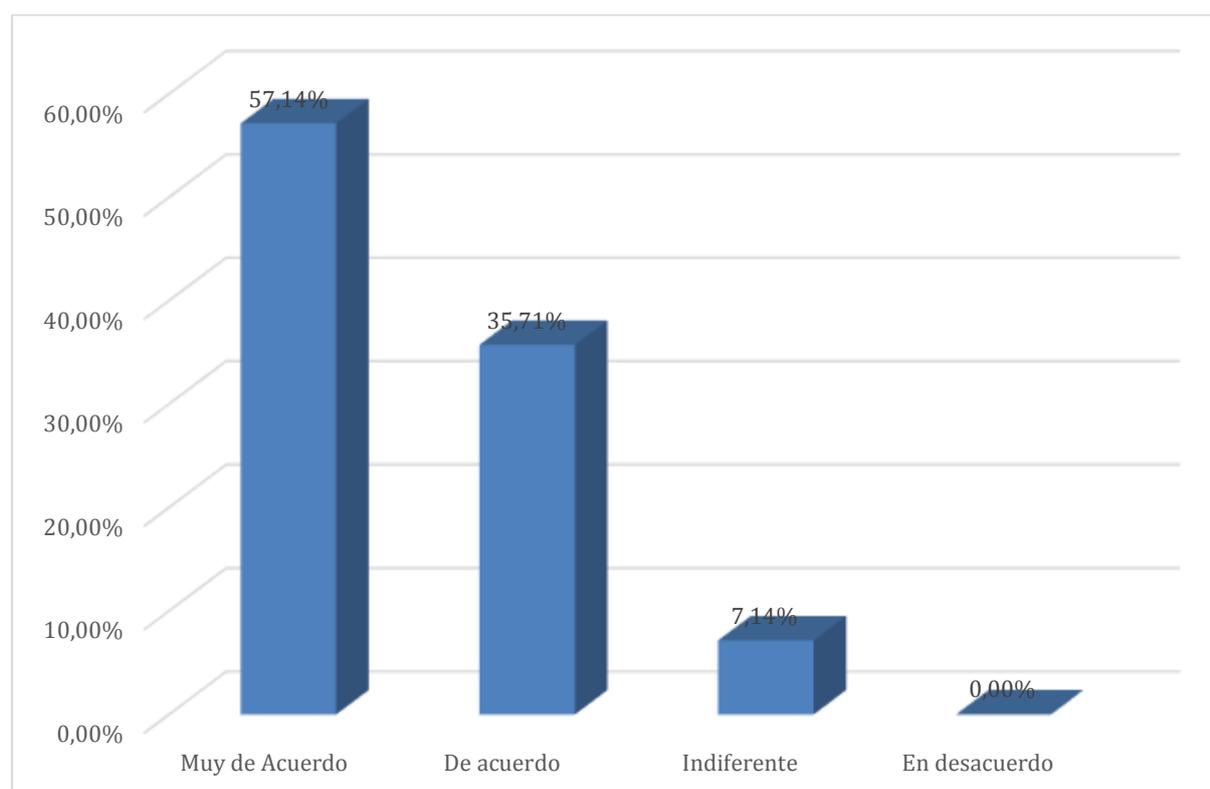


Figura 11

Alcanzar objetivos

Como se muestra en la tabla 10 el 57% de las personas está muy de acuerdo en que, alcanzar las metas depende del emprendedor en el manejo y toma de decisiones, seguido del 35,71% que está de acuerdo; esto se relaciona con los resultados del estudio de Acuña y Gamarra (2018), este establece que la participación de los emprendedores representa un 79,8% de las probabilidades de mantener el éxito en el negocio que se propongan.

Tabla 11

Metas proyectadas

9 ¿Puedo determinar la mayor parte de lo que sucederá en mi vida, en base a las metas que me he proyectado?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	108	42,86%
De acuerdo	126	50,00%
Indiferente	18	7,14%
En desacuerdo	0	0,00%
Total	252	100,00%

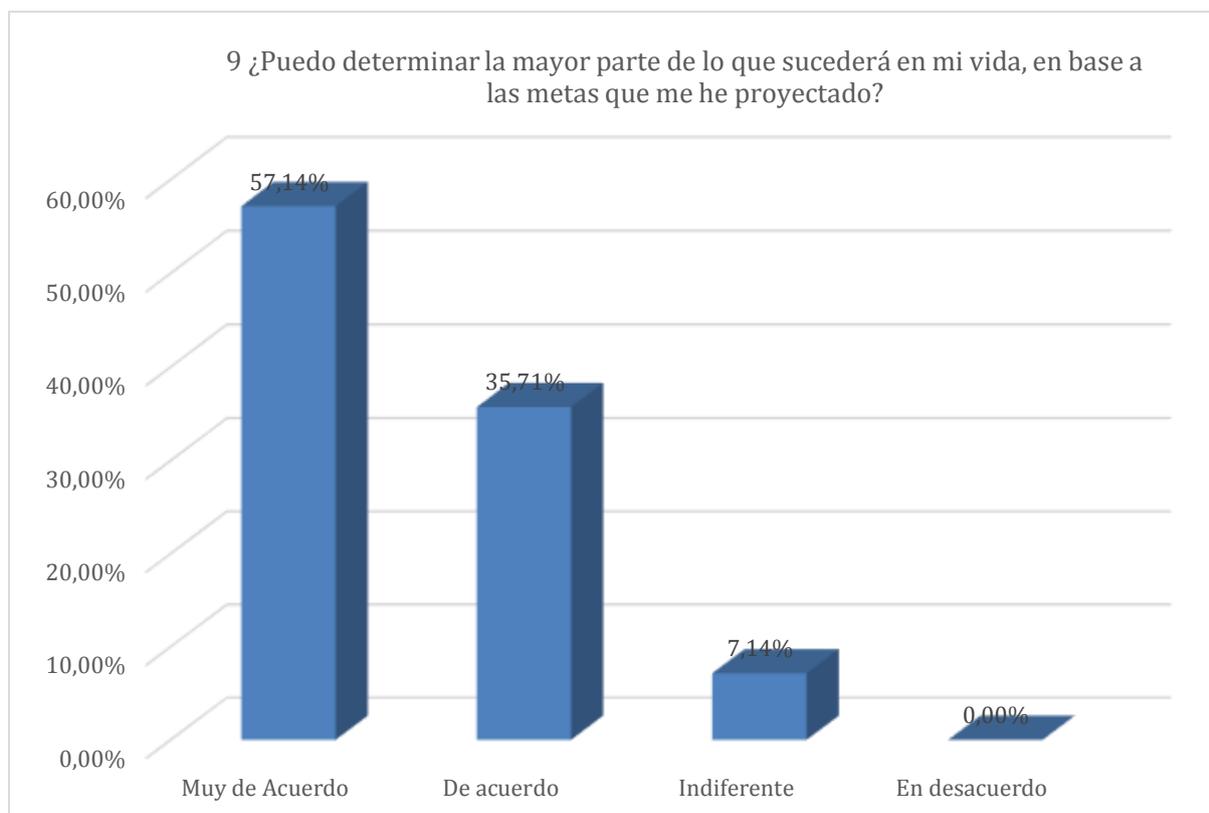


Figura 12

Metas proyectadas

En la tabla 11 se detalla las metas proyectadas de los emprendedores, donde el 46,86% está muy de acuerdo y el 50% está de acuerdo en que uno de los factores de que afecta el emprendimiento es la voluntad interna del emprendedor de logara esas metas propuestas, esto lo corrobora el autor Acuña y Gamarra (2018) con el 72,6% de acuerdo en que el logro de metas es exclusivamente del emprendedor y o del medio. Según detalla el autor Astudillo (2017) detalla que el 40% depende de la visión y fijar metas a futuro en los emprendimientos.

Tabla 12

Ideas de emprendimiento

10 ¿Me parece atractiva la idea de ser un emprendedor?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	198	78,57%
De acuerdo	36	14,29%
Indiferente	18	7,14%
En desacuerdo	0	0,00%
Total	252	100,00%

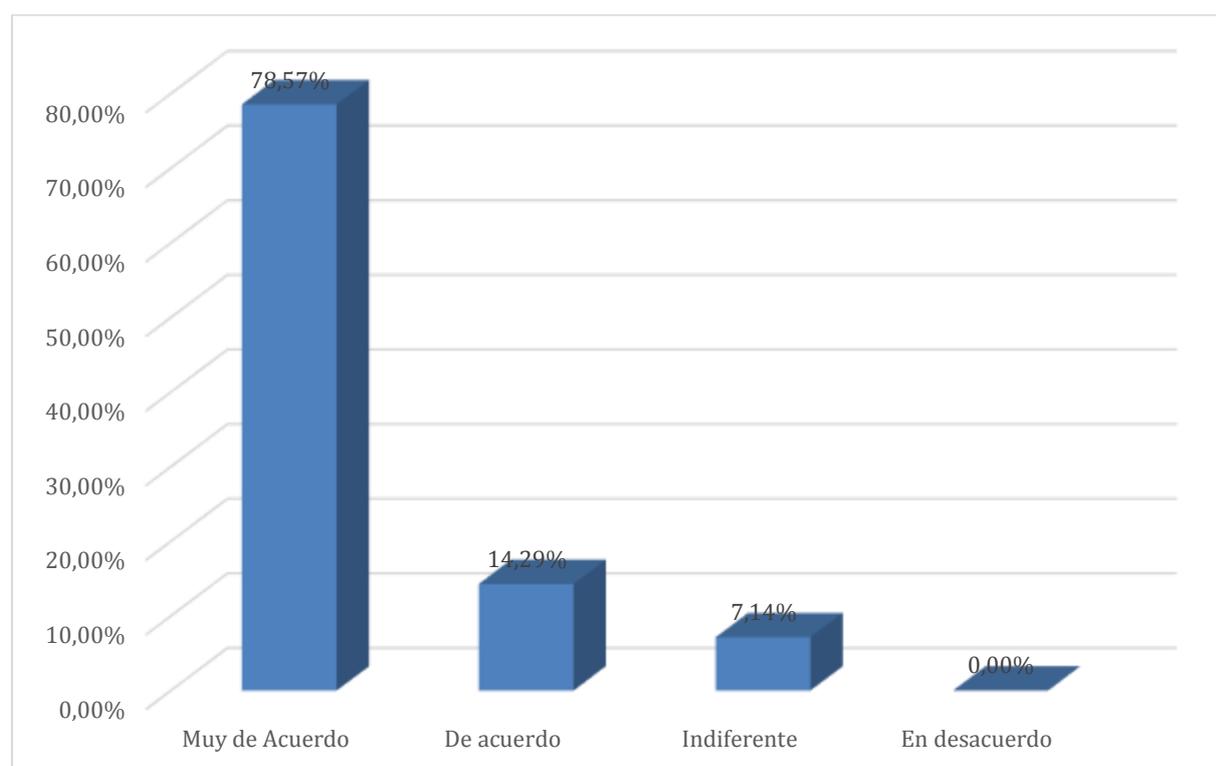


Figura 13

Ideas de emprendimiento

Por otra parte, la tabla 12 muestra que el 78,57% de los encuestados está muy de acuerdo en que los emprendedores hallan muy atractiva la idea tener su pymes o emprendimiento funcionando y al mismo tiempo generar utilidades, en el estudio de Acuña y Gamarra (2018) el 58,8% se encuentra de acuerdo, y un 12,2% se mostró muy de acuerdo con la misma pregunta, pero en el estudio de según estudio de Astudillo (2017) uno de los aspectos internos que mantiene la sostenibilidad fue la generación de valor económico con el 77,0%.

Tabla 13

Creación de negocios

11 ¿Si tuviera la oportunidad y los recursos, me gustaría crear un negocio?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	162	64,29%
De acuerdo	90	35,71%
Indiferente	0	0,00%
En desacuerdo	0	0,00%
Total	252	100,00%

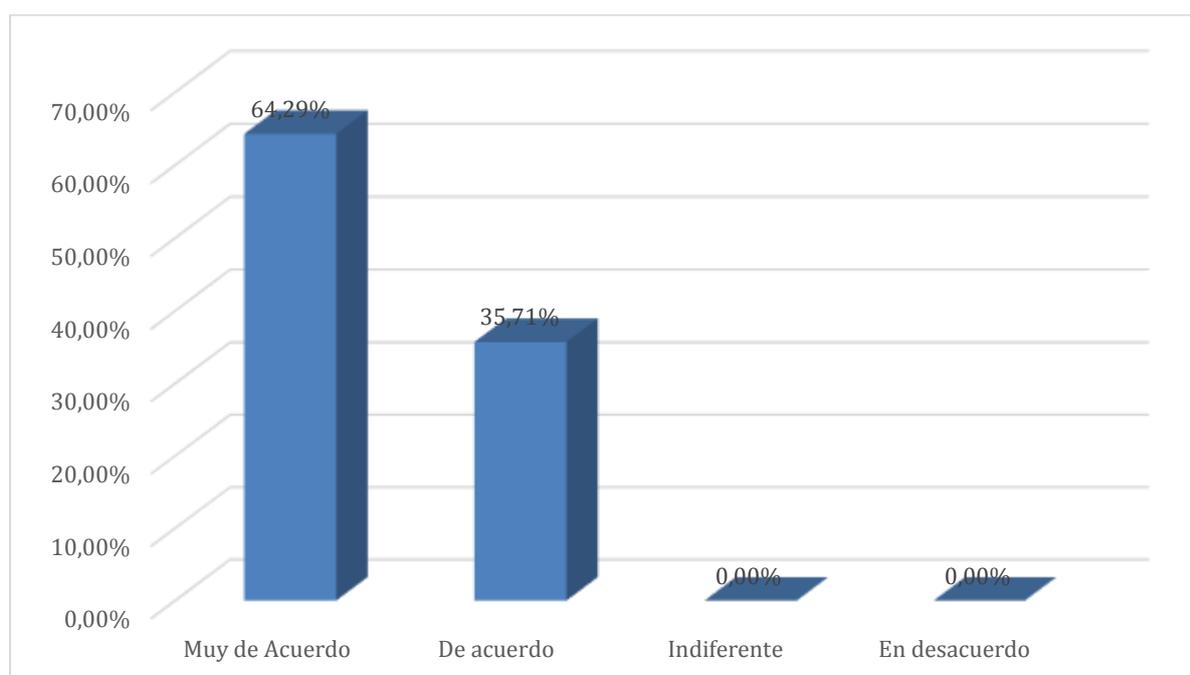


Figura 14

Creación de negocios

En la tabla 13 se muestra la respuesta a la pregunta ¿Si tuviera la oportunidad y los recursos, me gustaría crear un negocio?, el 64,29% está muy de acuerdo, mientras que el 35,71% está de acuerdo. Se presenta una necesidad de alcanzar la estabilidad del emprendimiento según el estudio del entorno, así como detalla el autor Astudillo (2017) con la búsqueda de oportunidades e iniciativa en un 45,5% de los resultados. Pero a través del resultado GEM (2020), se muestra que entre los factores contextuales (sociales, políticos y económicos) afectan o inciden de forma notable en la creación de negocio

Tabla 14

Sentimiento de satisfacción

12 ¿Ser un emprendedor generaría en mí un sentimiento de gran satisfacción?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	162	64,29%
De acuerdo	90	35,71%
Indiferente	0	0,00%
En desacuerdo	0	0,00%
Total	252	100,00%

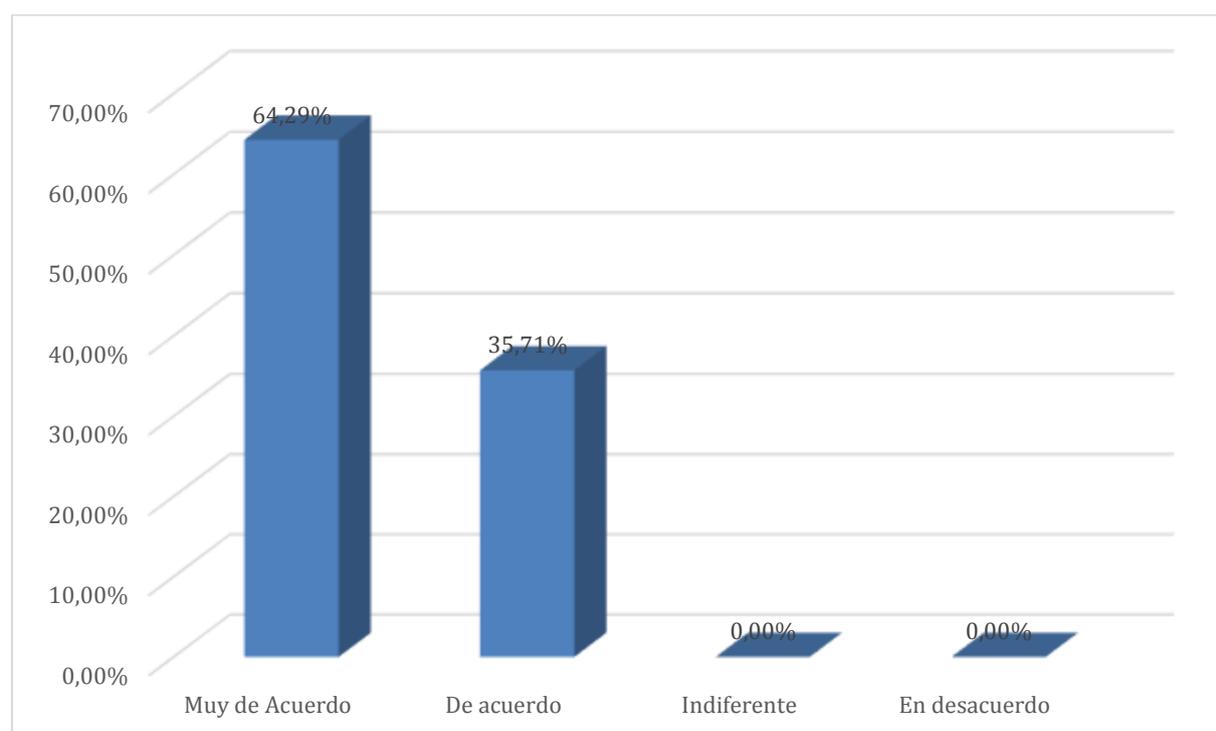


Figura 15

Sentimiento de satisfacción

En la tabla 14 demuestra que el 64,29% está muy de acuerdo con generar gran satisfacción la idea de ser emprendedor, motivándolo, así como el 35,71% que está de acuerdo con este resultado; por otra parte, se muestra los resultados del autor de Acuña y Gamarra (2018) que determinaron “el 71.3% de los encuestados consideran que ser un emprendedor generaría un sentimiento de gran satisfacción en ellos” (p. 104). Las personas en la ciudad de Durán se sienten motivadas y con alto nivel de satisfacción al momento de emprender un negocio de comidas rápidas para satisfacer la necesidad del cliente.

Tabla 15

Experiencia previa

13 ¿Tengo una amplia experiencia laboral en el sector privado?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	111	44,05%
De acuerdo	100	39,68%
Indiferente	22	8,73%
En desacuerdo	19	7,54%
Total	252	100,00%

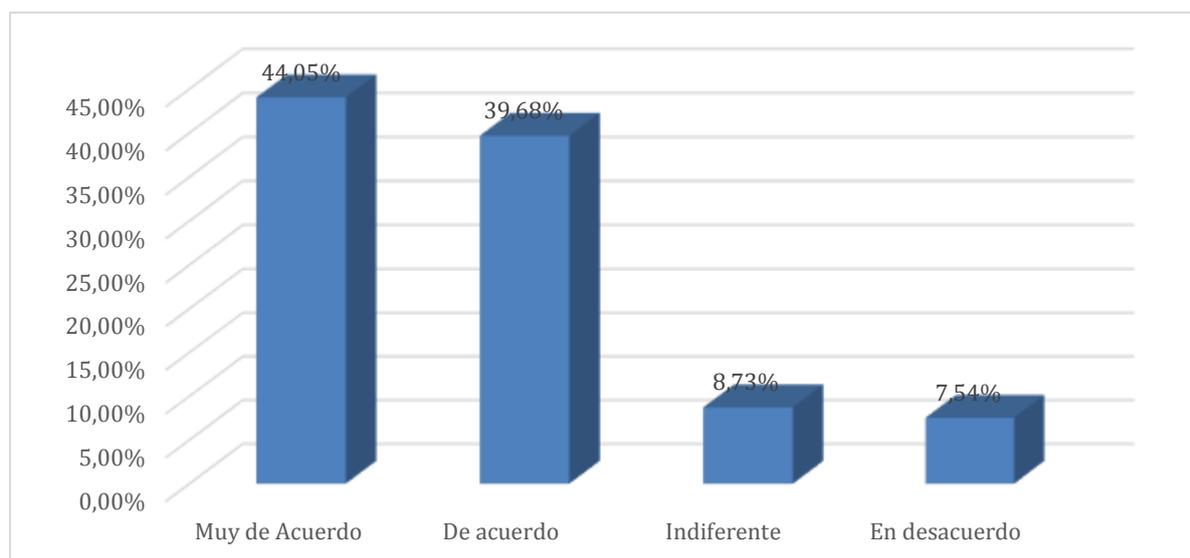


Figura 16

Experiencia previa

Tal como se detalla en la tabla 15, el 44,05% está muy de acuerdo y el 39,68% está de acuerdo en que la experiencia afecta como factor de capacitación el emprendimiento, como tal el resultado de Acuña y Gamarra (2018) que determinaron “el 59% de los encuestados no tienen una amplia experiencia laboral en el sector privado” (p. 104). Lo cual desencadena una serie de dificultades al momento de hacer frente a problemas operativos en el desempeño de las funciones del emprendimiento; por otra parte, el informe GEM (2020) establece: “la experiencia es una capacidad de conectar al emprendedor con otros *stakeholders* como parte de la actitud emprendedora que se incluyen en los cinco pilares de los subíndices de la actitud emprendedora (Percepción de Oportunidades, Habilidades para *Start-Ups*, Aceptación del Riesgo, *Networking*, Apoyo Cultural) en el informe 2021.

Tabla 16

Experiencia propia laboral

14 ¿Tengo una amplia experiencia como propietario de otra(s) empresa(s)?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	54	21,43%
De acuerdo	126	50,00%
Indiferente	36	14,29%
En desacuerdo	36	14,29%
Total	252	100,00%

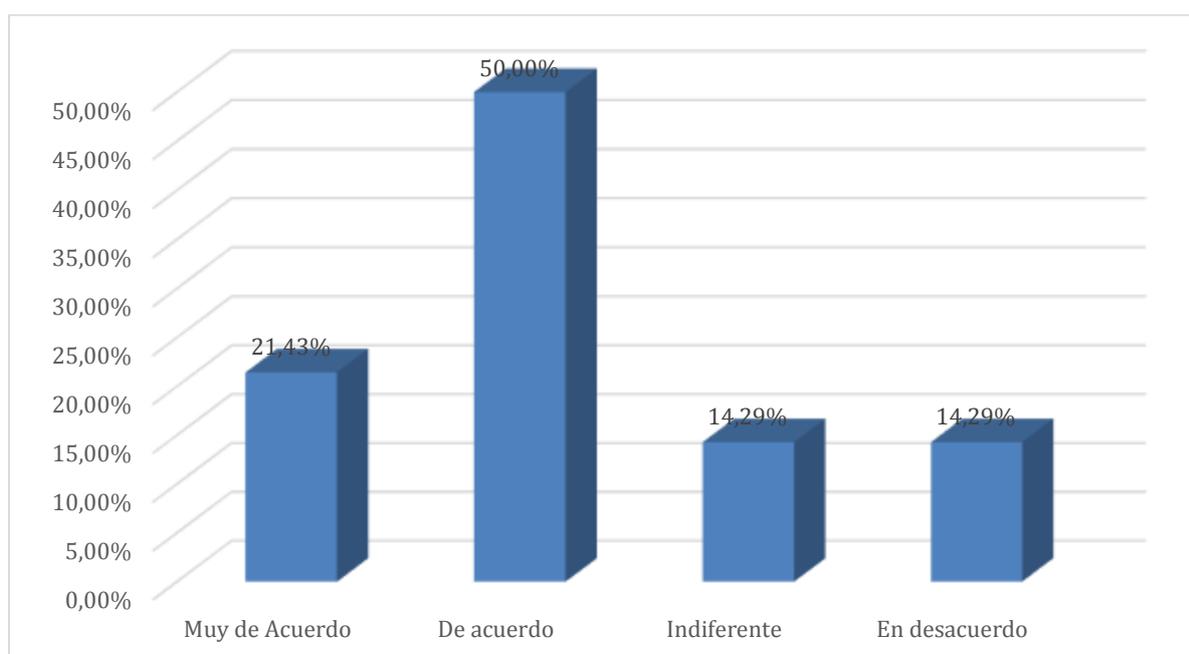


Figura 17

Experiencia propia laboral

Para continuar con este análisis, se detalla en la tabla 16 que el 21,43% está muy de acuerdo junto al 50,00% en que existe una amplia experiencia previa como administrador o dueño de un negocio para el emprendimiento de uno nuevo o relacionado al mismo giro. En los resultados de Acuña y Gamarra (2018) el 69,4% de los encuestados no tienen una amplia experiencia como propietario de otras empresas. Según el GEM (2020) solo el 11% a nivel nacional tiene experiencia previa en empresas para poder poner su propio emprendimiento, esto demuestra que la tasa de emprendimiento en el Cantón dura es elevada en comparación con el promedio nacional.

Tabla 17

Apoyo familiar en el emprendimiento

15 ¿Considero que mi familia me apoyaría en mi carrera como empresario(a)?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	126	50,00%
De acuerdo	72	28,57%
Indiferente	36	14,29%
En desacuerdo	18	7,14%
Total	252	100,00%

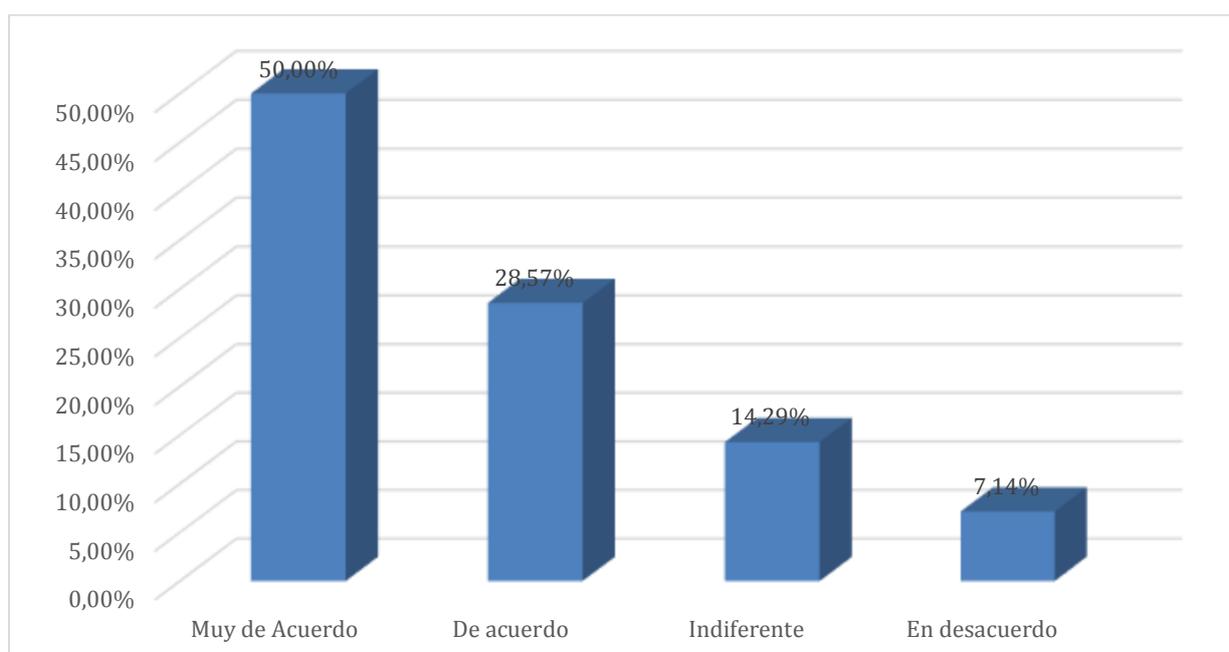


Figura 18

Apoyo familiar en el emprendimiento

Tal o se muestra en la tabla anterior (véase tabla 17), el 50,00% está muy de acuerdo y el 28,57% está de acuerdo en que la familia fue un apoyo importante que sirve de factor interno para comenzar un emprendimiento, para los autores Acuña y Gamarra (2018) el 95.2% considera que su familia los apoyaría si fueran empresarios, el estudio de GEM (2020) detalla que 99% de los emprendedores lo hacen por una tradición familiar, mientras que Astudillo (2017) detalla que, para la ciudad de Cuenca es del 8,1% por tradición familiar. La familia es considerada un pilar de porte a la motivación a los emprendedores, pero a su vez este debe estar respaldado por un financiamiento que se otorga por diferentes medios.

Tabla 18

Apoyo de amistades en el emprendimiento

16 ¿Mis amigos ven la actividad empresarial como una buena opción?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	144	57,14%
De acuerdo	72	28,57%
Indiferente	36	14,29%
En desacuerdo	0	0,00%
Total	252	100,00%

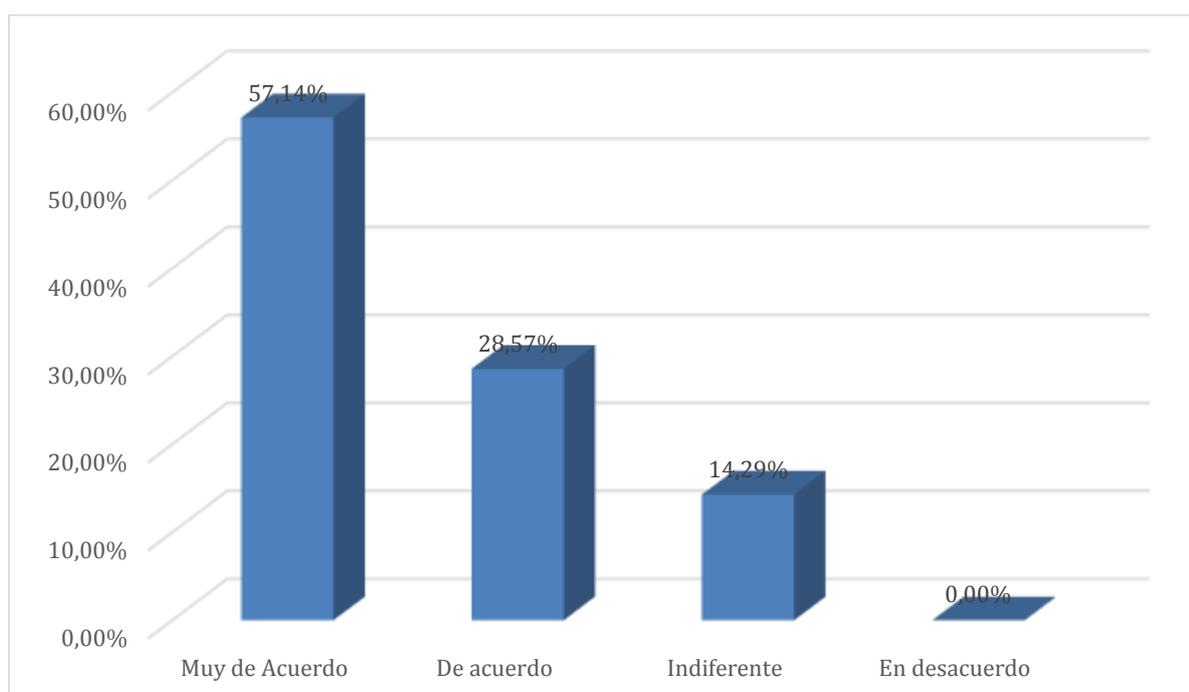


Figura 19

Apoyo de amistades en el emprendimiento

En otro aspecto, la tabla 18 muestra que las amistades también jugaron un rol importante, con el 57,14% muy de acuerdo y el 28,57% de acuerdo, este estudio es sólida las amistades como parte del entorno que afecta el emprendimiento, en el estudio GEM (2020) el financiamiento provino de 5,19% de amigos y vecinos mientras que Astudillo (2017) describe que las amistades aportaron al emprendedor en un 5,5% de los rubros de inicio con financiamiento directo. Acuña y Gamarra (2018) demostraron que un 92.6% de los encuestados consideran que sus amigos ven la actividad empresarial como una buena opción.

Tabla 19

Visión del emprendimiento en el sector

17 ¿La mayoría de las personas en mi región ven la actividad empresarial como positiva?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	162	64,29%
De acuerdo	72	28,57%
Indiferente	18	7,14%
En desacuerdo	0	0,00%
Total	252	100,00%

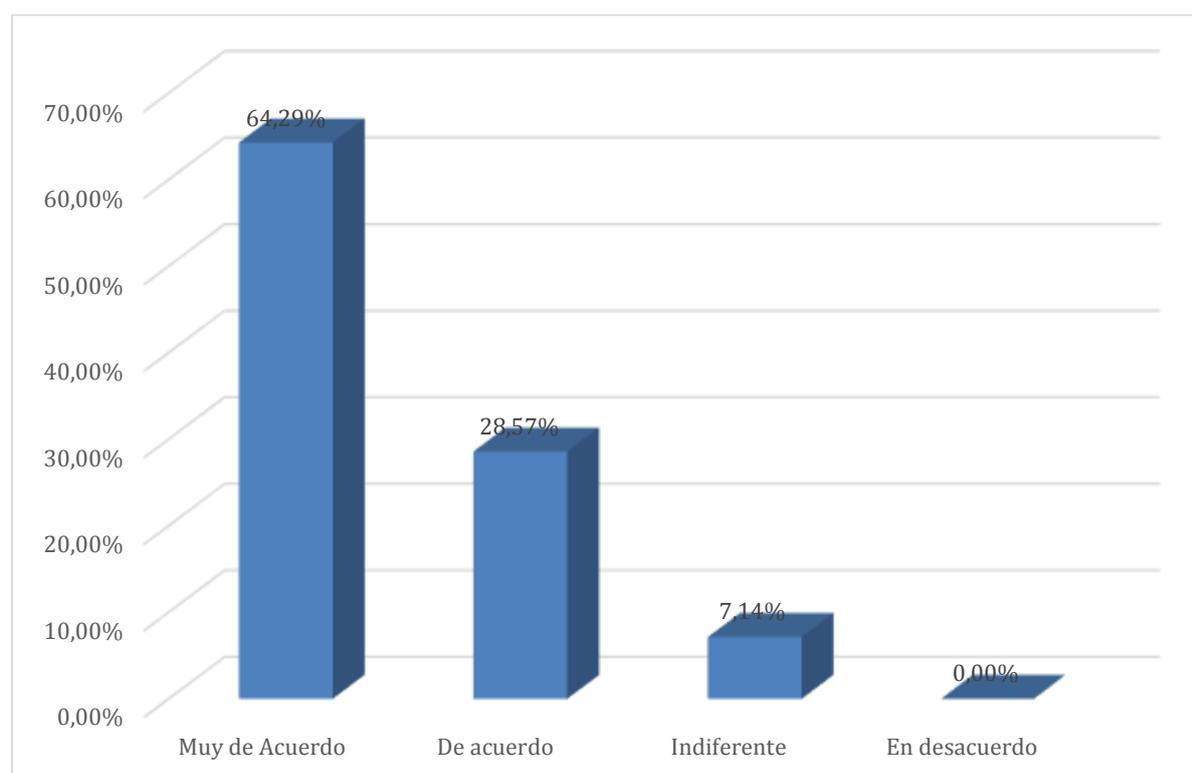


Figura 20

Visión del emprendimiento en el sector

Como se muestra en la tabla 19, el 64,29% está de muy de acuerdo y el 28,57% está de acuerdo en que tiene visión positiva de emprendimiento para el logro de metas, en este sentido los autores Acuña y Gamarra (2018) detallan que el 94.7% de los encuestados consideran que la mayoría de las personas de su región ven la actividad empresarial como positiva. El estudio GEM (2020) en entorno provee de “fortalezas en infraestructura física, en las normas sociales y culturales, y en la educación en emprendimiento en la educación superior” (p. 48).

Tabla 20

Formación para emprender

18 ¿Las horas de formación en emprendimiento que he recibido durante la vida educativa han sido suficientes?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	72	28,57%
De acuerdo	126	50,00%
Indiferente	18	7,14%
En desacuerdo	36	14,29%
Total	252	100,00%

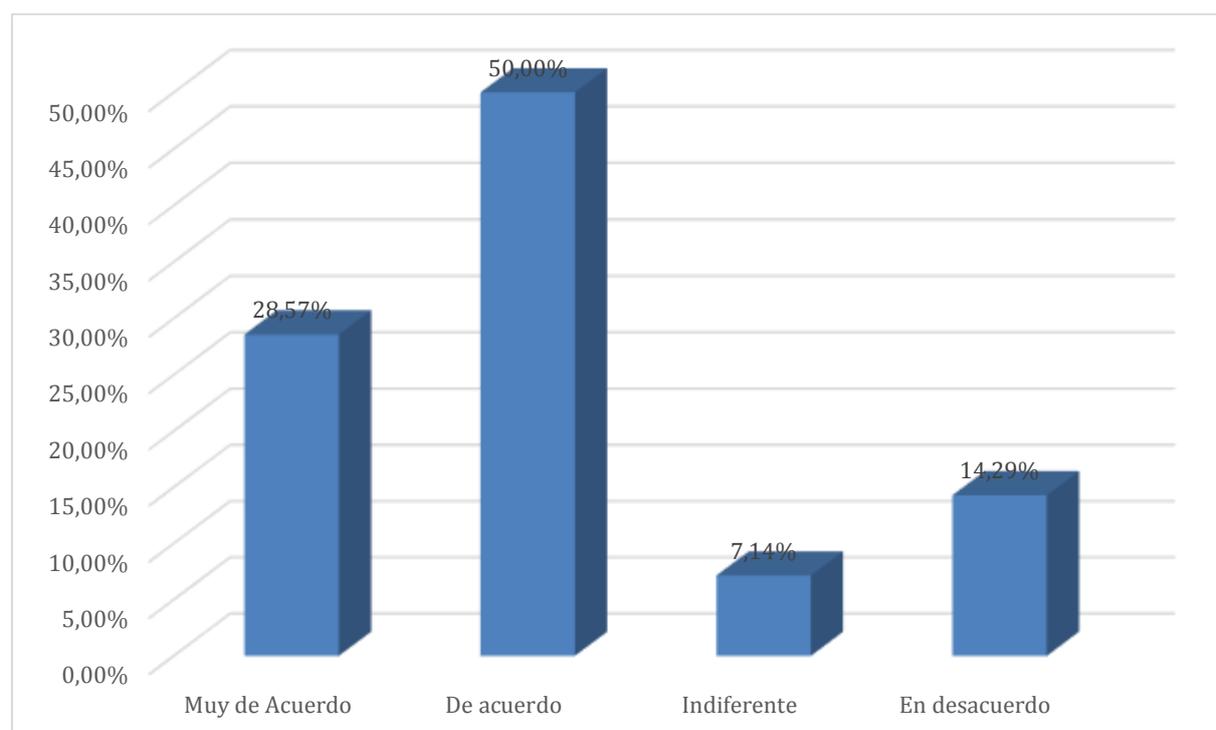


Figura 21

Formación para emprender

En la tabla 20, el 28,57% está muy de acuerdo y el 50,00% está de acuerdo en que la formación educativa fue importante para lograr el emprendimiento, Acuña y Gamarra (2018) detallaron que el 61,4% de los encuestados consideran que las horas de formación en emprendimiento que han recibido no han sido suficientes. Mientras que en estudio de Astudillo (2017) el 8,5% de los emprendedores de Cuenca tuvieron dificultades en mantener el emprendimiento debido a la falta de capacitación o educación.

Tabla 21

Capacitación para emprender

19 ¿Las horas de formación en emprendimiento que he recibido como parte de capacitación de profesores y de programas de investigación de la universidad han sido suficientes?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	90	35,71%
De acuerdo	72	28,57%
Indiferente	54	21,43%
En desacuerdo	36	14,29%
Total	252	100,00%

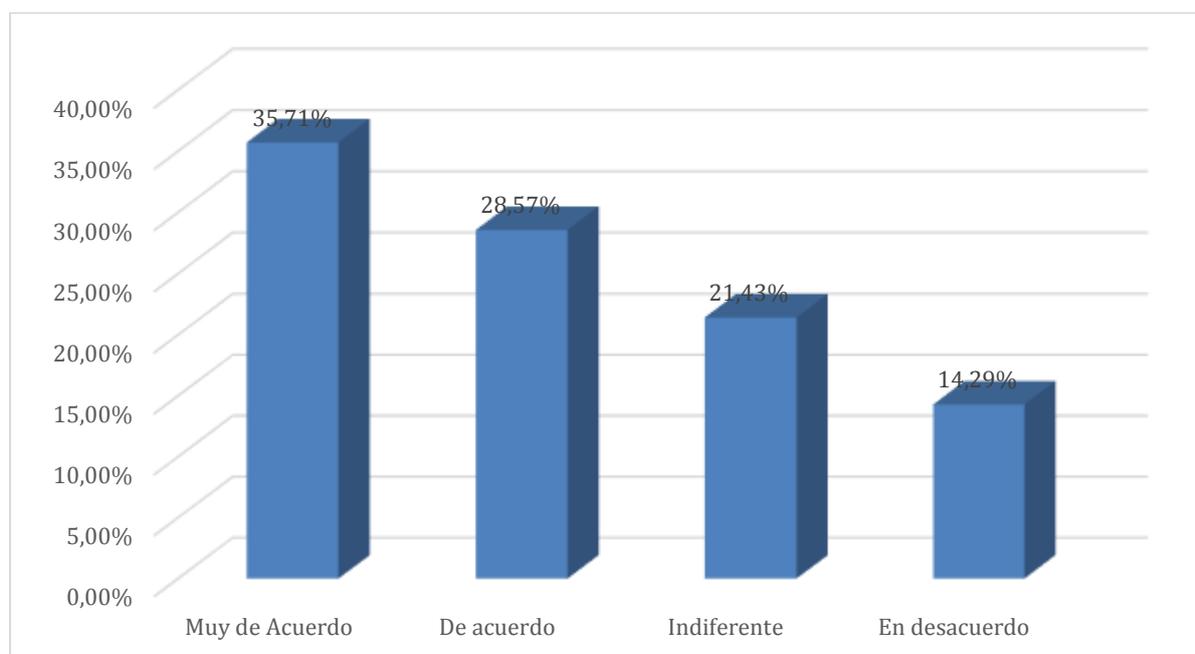


Figura 22

Formación para emprender

Tal como se muestra en la tabla 21 el 35,71% está muy de acuerdo, mientras que el 28,57% está de acuerdo y el 21,43% está indiferente, este último se aprecia como grupo de inertes porque no consideran la capacitaciones como importantes para hacer crecer el emprendimiento, mientras que el estudio de Acuña y Gamarra (2018) “74.2% de los encuestados consideran que las horas de formación en emprendimiento que han recibido como parte de capacitación y programas de investigación de su universidad no han sido suficientes” (p. 112).

Tabla 22

Capacitación extracurricular para emprender

20 ¿Las horas de formación en emprendimiento que he recibido como parte de los programas externos a la universidad han sido suficientes?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	54	21,43%
De acuerdo	126	50,00%
Indiferente	54	21,43%
En desacuerdo	18	7,14%
Total	252	100,00%

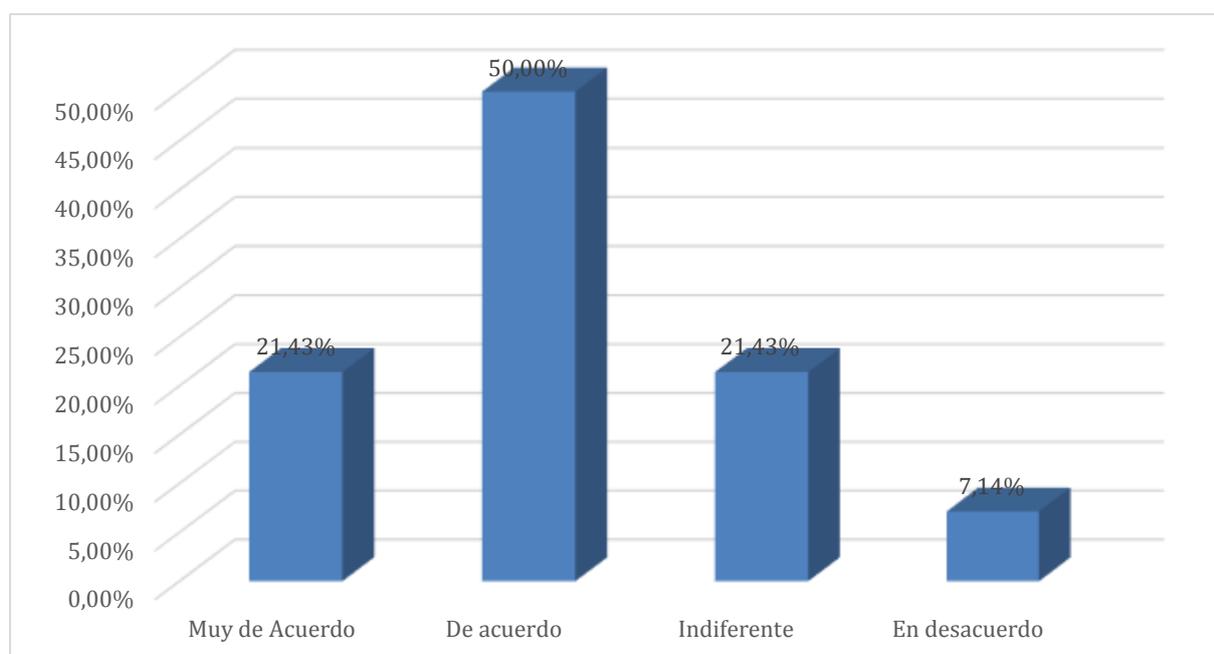


Figura 23

Capacitación extracurricular para emprender

Además, como muestra la tabla 22, el 21,43% está muy de acuerdo y el 50,00% está de acuerdo, mientras que el 21,43% está indiferente, este último grupo de encuestados detalla la ausencia de estudio universitarios en los encuestados o desinterés por la formación tal como se demostró con anterioridad (véase tabla 21), en el estudio realizado por Acuña y Gamarra (2018) el 78.5% consideran que las horas de formación en emprendimiento no fueron suficientes, todo lo contrario, al informe actual.

Tabla 23

Facilidad de financiamiento del emprendimiento

21 ¿Es fácil obtener un préstamo bancario para iniciar un negocio?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	36	14,29%
De acuerdo	54	21,43%
Indiferente	36	14,29%
En desacuerdo	126	50,00%
Total	252	100,00%

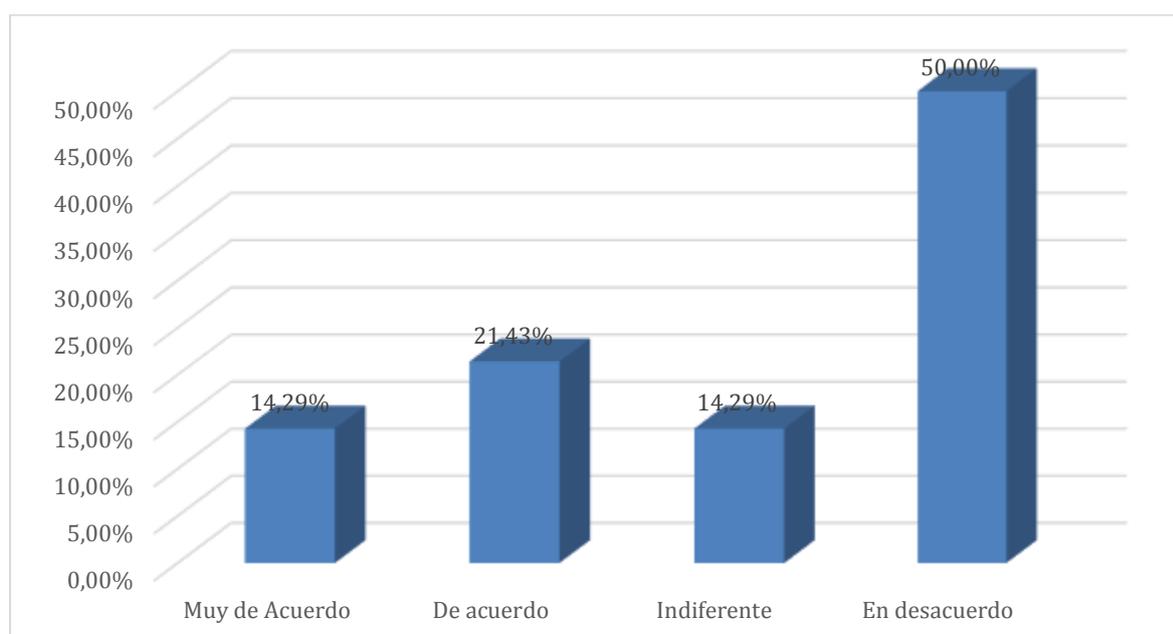


Figura 24

Facilidad de financiamiento del emprendimiento

Para el resultado de la vigésima primera pregunta en la tabla 23 se muestra que el 50,00% está en desacuerdo con la facilidad de obtención de préstamo bancario, pero el 21% está de acuerdo en que si es posible junto al 14,29%. En el estudio realizado por Acuña y Gamarra (2018) los resultados fueron del 93.6% consideraron fácil obtener un préstamo bancario para que puedan iniciar un negocio, pero en el estudio de GEM (2020) el 27% de los cierres de negocios fueron por falta de financiamiento de instituciones bancaria, el entorno macro no fue favorable para apertura de emprendimientos con un resultado de -2.31 puntos con respecto al 2020.

Tabla 24

Inversionistas para emprendimiento

22 ¿Es fácil encontrar inversores para un nuevo negocio?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	54	21,43%
De acuerdo	36	14,29%
Indiferente	18	7,14%
En desacuerdo	144	57,14%
Total	252	100,00%

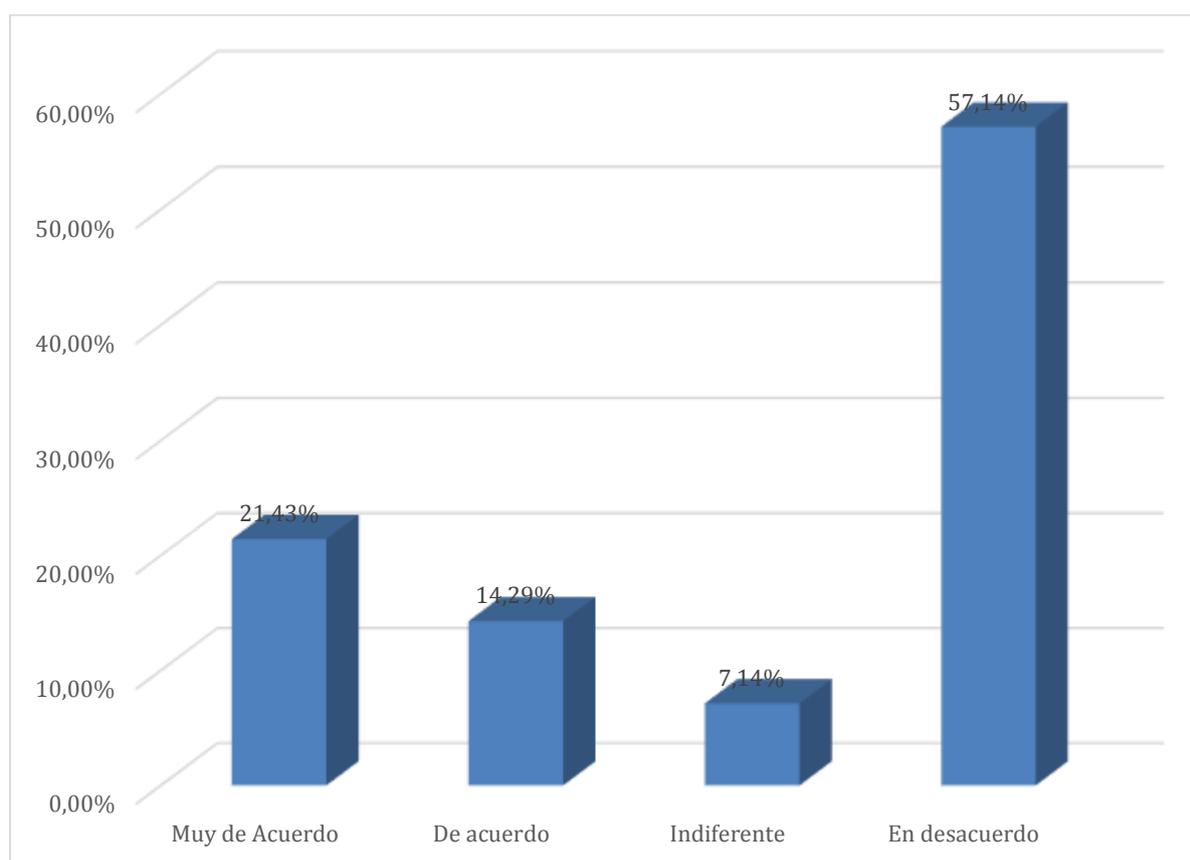


Figura 25

Inversionistas para emprendimiento

En la tabla 24 se muestra que el 57,14% de los encuestados está en desacuerdo con hallar inversores para el inicio del emprendimiento en la ciudad e Durán, mientras que el estudio de Acuña y Gamarra (2018) muestra que el 91,5% de los encuestados considera que no es fácil hallar inversores para iniciar un proyecto de emprendimiento, en el estudio de Astudillo (2017) solo el 57,5% en la ciudad de Cuenca tuvieron un aporte de inversión significativa.

Tabla 25

Aporte del estado para emprendimientos

23 ¿Existen subvenciones y subsidios para crear negocios?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	54	21,43%
De acuerdo	36	14,29%
Indiferente	18	7,14%
En desacuerdo	144	57,14%
Total	252	100,00%

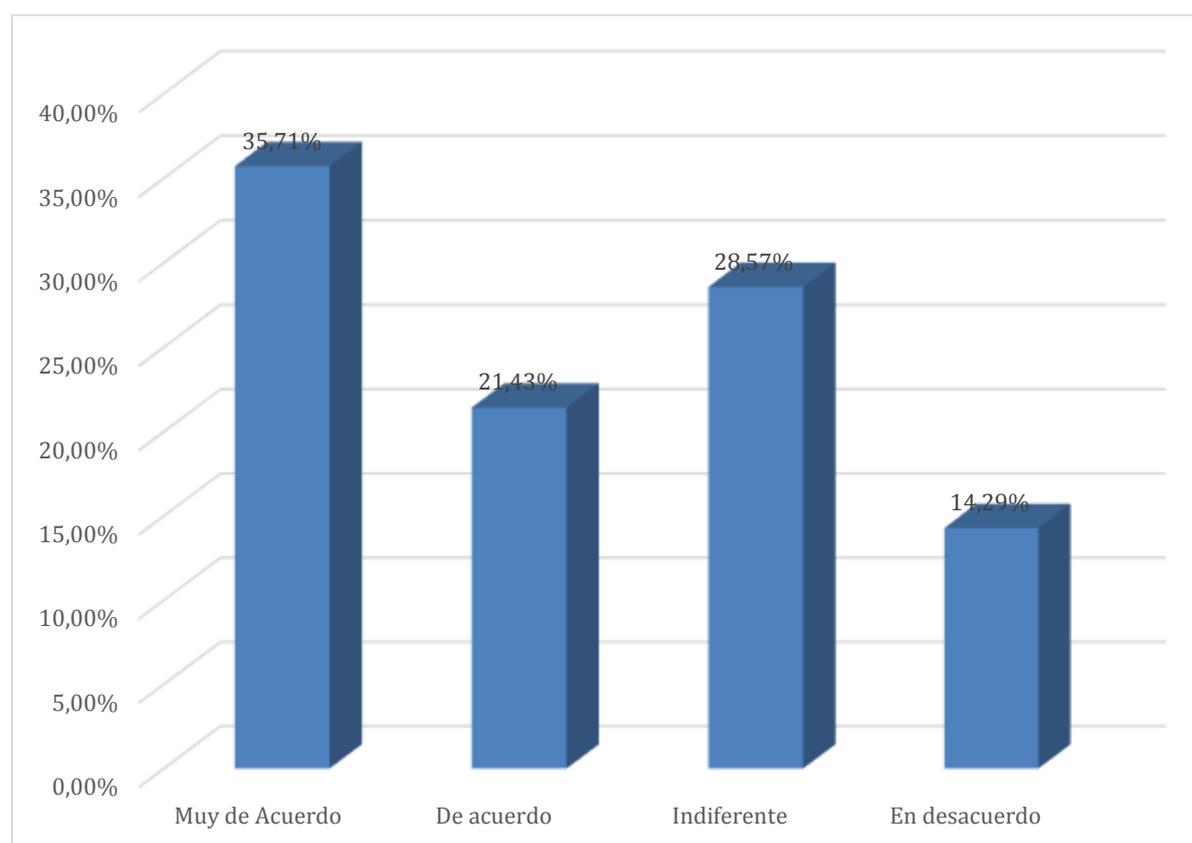


Figura 26

Aporte del estado para emprendimientos

Tal como se muestra en el en la tabla 25 el 57,14% de los encuestados está en desacuerdo con existencia de subsidios y subvenciones en nuestro medio, que es diferentes al que demuestra en el estudio de Acuña y Gamarra (2018) de Perú en el cual el 84% de los encuestados consideran que existen subvenciones y subsidios para crear un negocio. Pero en contraste en el Ecuador solo existen reducciones de impuestos para emprendimientos a partir del 2020.

Tabla 26

Reconocimiento de oportunidades

24 ¿Reconozco una oportunidad de negocio antes de otros?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	54	21,43%
De acuerdo	108	42,86%
Indiferente	72	28,57%
En desacuerdo	18	7,14%
Total	252	100,00%

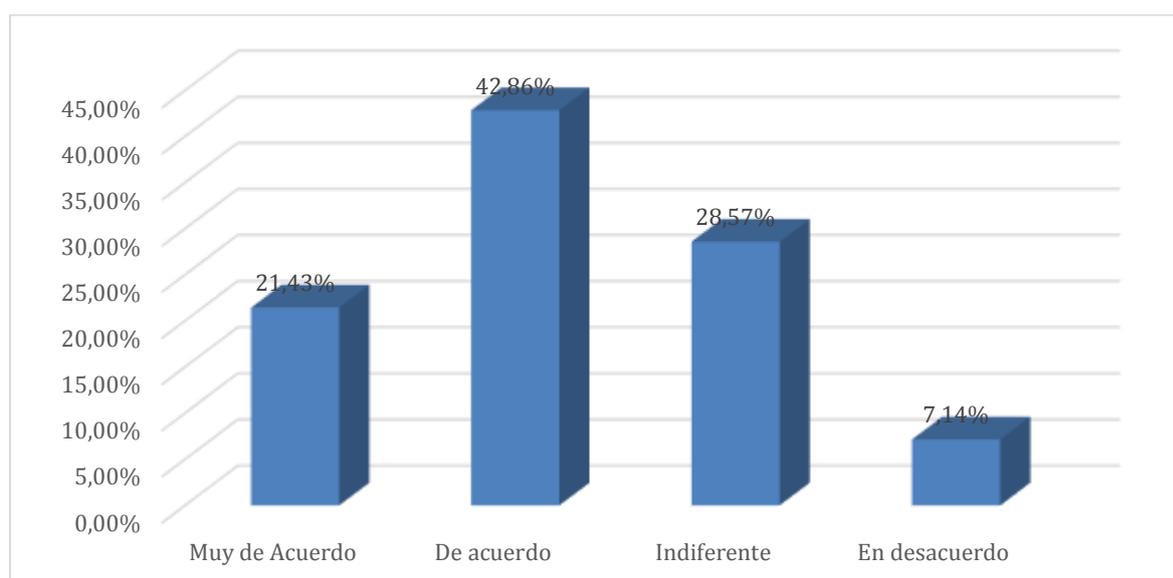


Figura 27

Reconocimiento de oportunidades

Para el estudio de la tabla 26 se debe tomar en cuenta que la reducción de impuestos es una de las oportunidades de entorno que afectan directamente el emprendimiento, es por ello que el 21,43% está muy de acuerdo y el 42,86% está de acuerdo en que se reconocen oportunidades de negocios antes de otros, en cambio para el estudio de Acuña y Gamarra (2018) el 97.3% reconocieron sus oportunidades, pero en el estudio de Astudillo (2017) la condiciones del entorno con identificación de oportunidad fueron parte de sus factores de análisis que afectan el sostenimiento de un emprendimiento. Por otra parte, el estudio de GEM (2020) muestra en el subíndice actitudes emprendedoras el pilar de percepción de oportunidades con una valoración de 0.17/10.

Tabla 27

Reconocimiento de potenciales inversores

25 ¿Conozco a potenciales inversores que pueden financiar mi negocio?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	72	28,57%
De acuerdo	72	28,57%
Indiferente	54	21,43%
En desacuerdo	54	21,43%
Total	252	100,00%

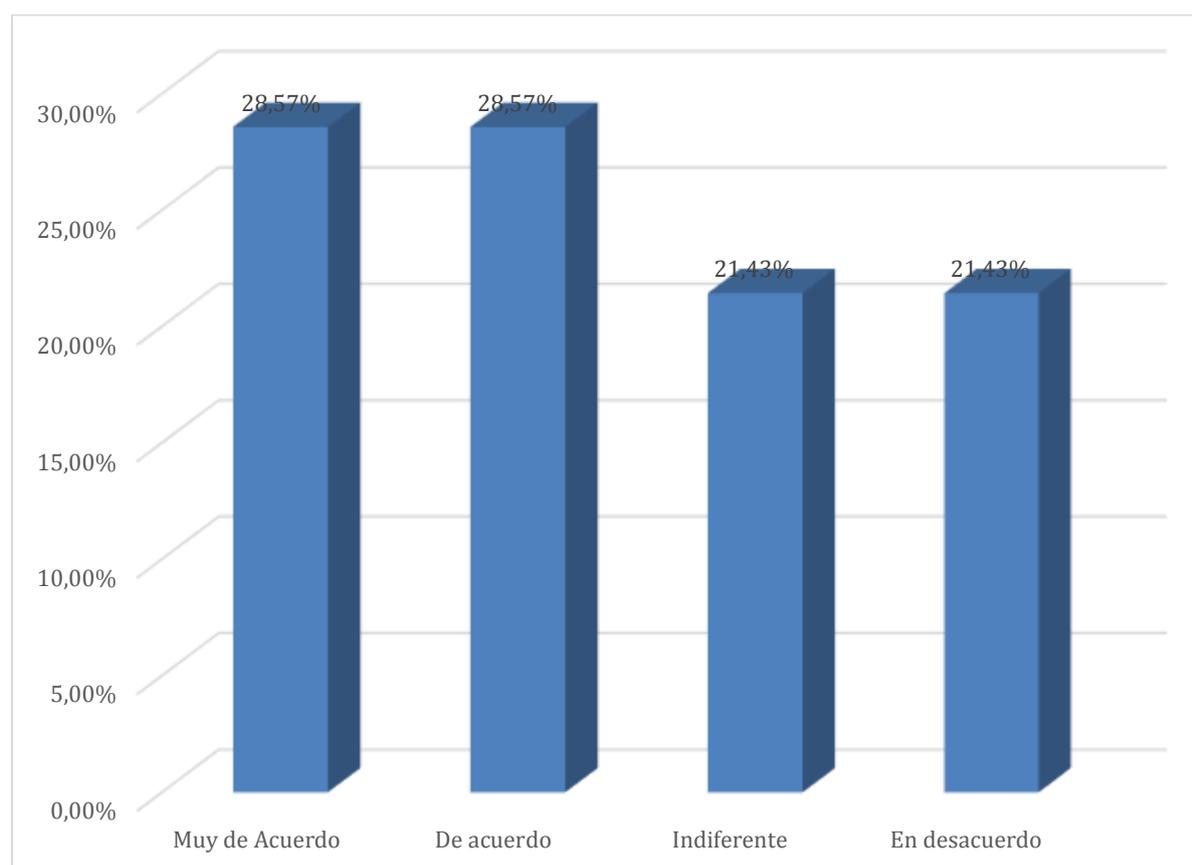


Figura 28

Reconocimiento de potenciales inversores

Mientras, en el cuadro 27 se detalla que el 28,57% está muy de acuerdo y el 28,57% de acuerdo respecto al reconocimiento de potenciales inversionistas para los negocios, por otra parte, para ellos autores Acuña y Gamarra (2018) representa el 97.3%, pero para el autor Astudillo (2017) el 45,5% se encuentra en búsqueda de oportunidades. Mientras que para GEM (2020) en el Ecuador es del 55,8%.

Tabla 28

Realización de estudio de mercado para el emprendimiento

26 ¿Sé cómo llevar a cabo un estudio de mercado para un nuevo producto?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	90	35,71%
De acuerdo	54	21,43%
Indiferente	72	28,57%
En desacuerdo	36	14,29%
Total	252	100,00%

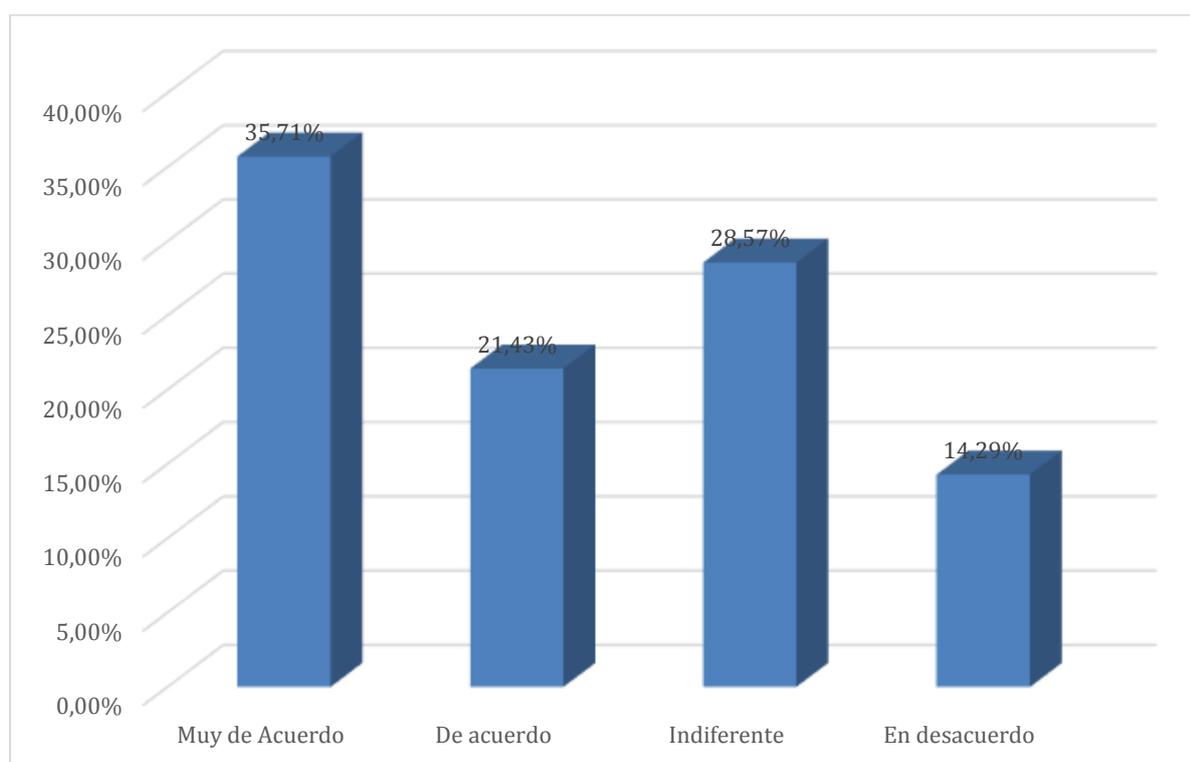


Figura 29

Realización de estudio de mercado para el emprendimiento

En la tabla 28 se muestra que el 35,71% está muy de acuerdo, el 21,43% está de acuerdo y el 28,57% está indiferente, este último se debe a la falta de conocimiento o de capacitaciones que se vio con anterioridad para no lograra un buen posicionamiento que repercute en un emprendimiento que no es rentable y con riesgo de cierre, como factor interno este juega un rol importante junto a los otros resultados. Según detallan los autores Acuña y Gamarra (2018) los resultados fueron que el 96,8% de los encuestados no pudieron hacer un estudio de mercado.

Tabla 29

Creación de negocio

27 ¿Estoy decidido(a) a crear un negocio en el futuro?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	146	57,94%
De acuerdo	88	34,92%
Indiferente	18	7,14%
En desacuerdo	0	0,00%
Total	252	100,00%

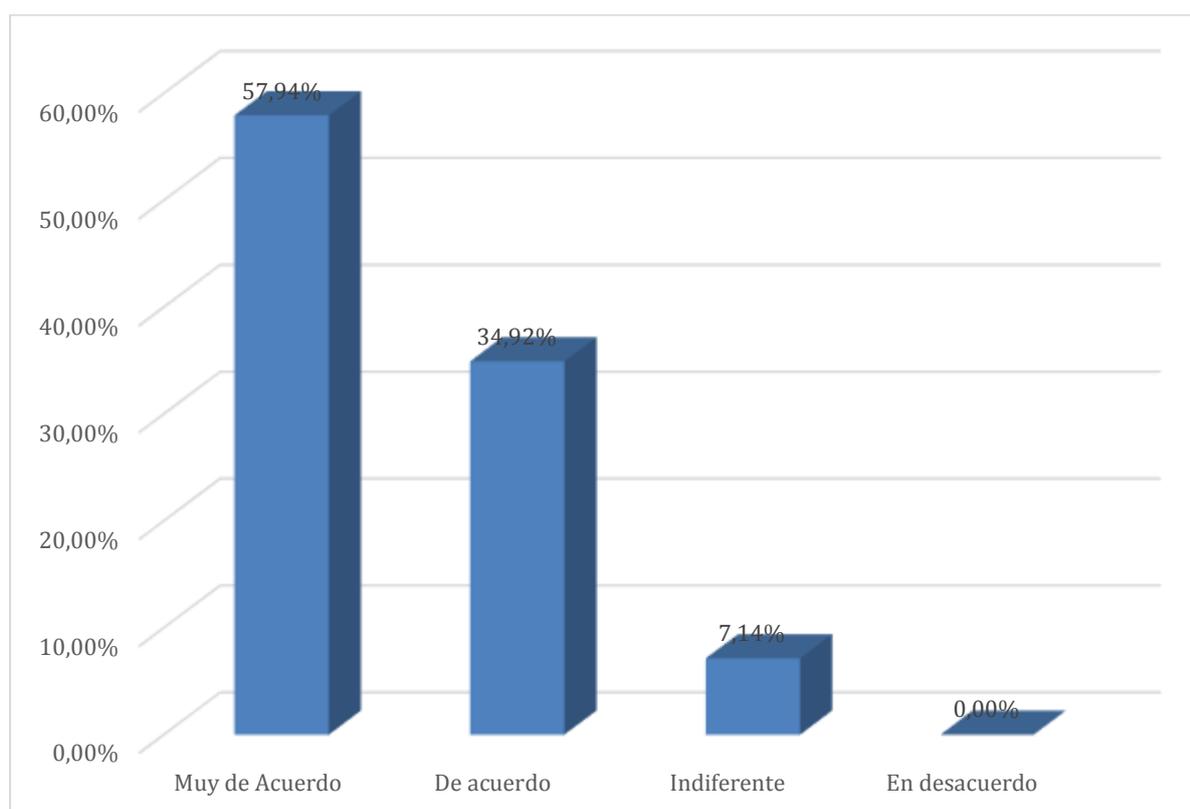


Figura 30

Creación de negocio

En la tabla 29 de los resultados el 57,94% estuvo muy de acuerdo y el 34,92% estuvo de acuerdo en que el emprendedor estuvo decidido en crear un negocio y el 7,14% está indiferente, tal como muestra los autores Acuña y Gamarra (2018), el resultado de su estudio fue de los resultados fueron que el 93.9% de los estudiantes están decididos a crear un negocio en un futuro.

Tabla 30

Ser emprendedor

28 ¿Me encantaría ser un emprendedor?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	180	71,43%
De acuerdo	36	14,29%
Indiferente	36	14,29%
En desacuerdo	0	0,00%
Total	252	100,00%

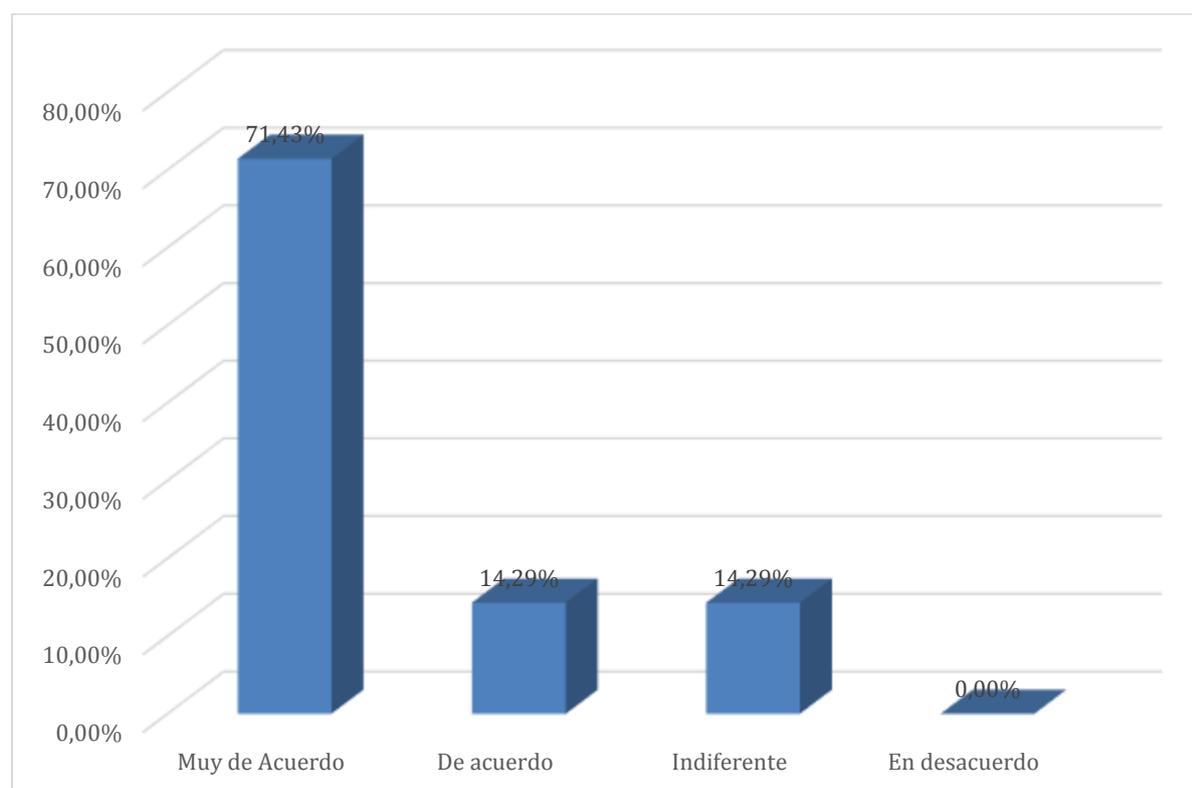


Figura 31

Ser emprendedor

Según detalla la tabla 30, el 71,43% de los encuestados estuvo muy de acuerdo en que le encantaría ser emprendedor, pero en los resultados de Acuña y Gamarra (2018) fue de 92.3% de los encuestados estarían emocionados de continuar su emprendimiento, en contraste estos dos resultados se muestran que en la localidad de Durán se establece una cultura de emprendimiento muy limitada, pero esto se equilibra gracias a la calidad de empleo adecuado que hay en el Ecuador.

Tabla 31

Generar iniciativas

29 ¿Genero iniciativas empresariales a través del conocimiento adquirido y de los resultados obtenidos en la universidad?		
Opciones	Frecuencia	%
Muy de Acuerdo	108	42,86%
De acuerdo	108	42,86%
Indiferente	0	0,00%
En desacuerdo	36	14,29%
Total	252	100,00%

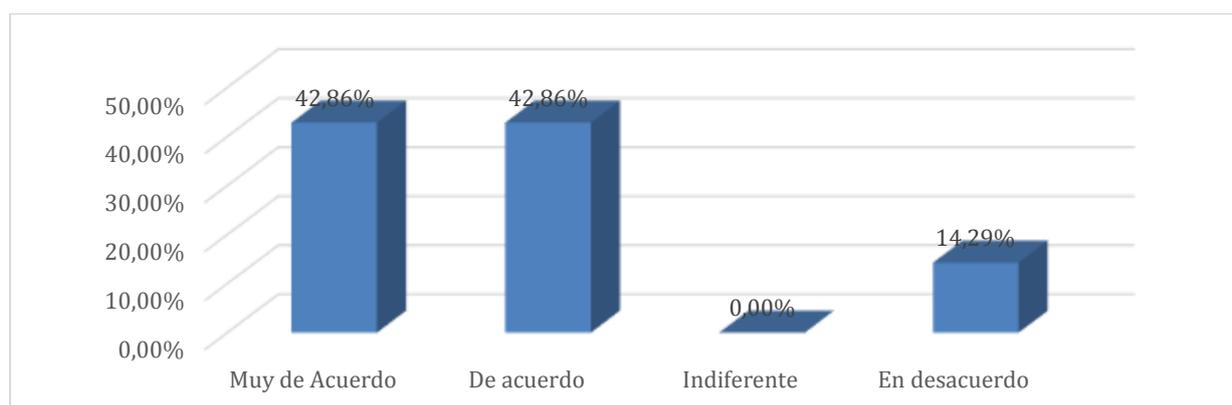


Figura 32

Generar iniciativas

Según muestra la tabla 31 establece que el 42,86% de los encuestados está muy de acuerdo y el otro 42,86% de acuerdo en que generan iniciativas empresariales a través del conocimiento adquirido y de los resultados obtenidos en la universidad, para los autores Acuña y Gamarra (2018) 84.8% de los encuestados indicaron que generan iniciativas. Si bien en Ecuador se han presentado iniciativas importantes encaminadas a facilitar la creación de nuevos negocios, como ya se ha mencionado en el marco legal. A pesar de la compleja situación económica, los emprendedores muestran que tuvieron la oportunidad de detectar oportunidades para poner en marcha sus nuevos negocios, por ello se debe acelerar la implementación de mejoras en cuanto a la facilidad de abrir y cerrar negocios, además de otorgar acceso a nuevos mercados.

Capítulo III

Propuesta Análisis situacional

Los resultados de las cifras de la población en estudio dieron paso a determinar que en la ciudad de Durán con respecto al Ecuador si tiene diferencias en los ejes o pilares de análisis GEM (2020) respecto al emprendimiento; esta propuesta parte de la iniciativa sobre tres componentes:

- Estrategias para promover la actitud emprendedora en los jóvenes.
- Estrategias para aprovechar el entorno del emprendedor y la intención emprendedora
- Estrategias para incentivar la confianza del potencial emprendedor.

En Ecuador se muestran tasas de emprendimiento elevadas, en el cual un tercio de la población económicamente activa está su negocio en su etapa de madurez (GEM, 2021); esto es debido al ecosistema de negocios se refiere “a la red de una determinada empresa, sus proveedores, sus empresas complementarias y sus clientes” (Kelley, Slavica, & Herrington, 2022), esto determina que las características claves del ecosistema emprendedor están dados por las relaciones de las pymes y los procesos de competición y cooperación entre ellas.

Las cifras evidencian que en el 2020 los emprendimientos en el Ecuador culminaron sus operaciones en un 24.67%, teniendo como principal causa la pandemia ocasionada por el virus COVID 19 (GEM, 2020). A esto se le puede agregar que, el grupo que continuó sus operaciones sufrió un efecto negativo en las ventas y en el cumplimiento de metas conjunto a la dificultad de adaptación al cambio que fue imprevisto y que no se hallaba previsto en el análisis de mercado y proyecciones de comportamiento del consumidor en un valor del 69% del 75,33% que no cesó operaciones tal como detalla el informe GEM (2020) estos emprendimientos tuvieron un efecto negativo a causa de la pandemia, relacionado a este porcentaje deducible del 75,33% de emprendimientos sobrevivientes a los efectos externos de la pandemia el 23% le

efecto la crisis previa del 2019 en el cual las políticas económicas fueron contraproducentes sobre la continuidad de operaciones, pero se logró avanzar debido a la fuerza de negociación con proveedores, pero no se dejó de lado la existencia de un riesgo de cierre de estos emprendimientos.

Así mismo, en el informe GEM (2020) se recopila valores esenciales de análisis económico, social, cultural y de espíritu emprendedor den heridos comprendidos del 2019 al 2020, se describe una recuperación de su cartera de un 47.89% de marzo-mayo 2020, siendo un 20% menos que el año 2019, es por este motivo que se debe establecer un cambio que sea acorde a las variables antes estudiadas con contextualización que soluciones con una propuesta de recomendaciones la adaptación al cambio y logre una estabilidad en la sostenibilidad de estos comercios en el sector de alimentos y bebidas dedicados a la venta de comidas rápidas en el sector de Durán. De igual forma, tal como describió el informe GEM (2020) el 30% les afectó las restricciones de movilidad, el aislamiento y el distanciamiento social, lo cual afectó de forma notable como factor externo a estos emprendimientos a tal punto que tuvieron que paralizar operaciones de forma temporal, mientras que otros fueron de forma definitiva como estableció el análisis con el 24.67%.

Ecuador tuvo una tasa de emprendimiento temprano (TEA) de 36,2% cifras presentadas por GEM (2020). Este fue un aumento con respecto al informe anterior, fue gracias a las posibilidades expuestas en la recolección de los resultados de los factores que inciden en el emprendimiento. En este contexto, el presente estudio de investigación muestra una salida estratégica ante los factores de mayor incidencia como fueron aquellos internos que pueden ser controlados por el emprendedor.

Objetivos de la propuesta

El objetivo general de esta propuesta es: proponer estrategias que reduzcan la incidencia negativa de los factores internos que afectan el emprendimiento de locales de comidas rápidas del cantón Durán. Así mismo se describen los objetivos específicos de la misma como: a) promover la actitud emprendedora en los jóvenes, b) Aprovechar el entorno del emprendedor y la intención emprendedora, c) incentivar la confianza del potencial emprendedor. Estos objetivos fueron propuestos en base a los resultados que se obtuvieron de las encuestas de los capítulos previos.

En las políticas públicas aplica la diversificación la producción nacional, esto permite aprovechar las oportunidades y ventajas competitivas identificadas en el mercado local, con la finalidad de alcanzar el crecimiento económico sostenible y sustentable.

Propuesta estratégica

El emprendimiento en el negocio de las comidas rápidas se ha convertido en el ejemplo de innovación y la adquisición de cierta competitividad, por el uso de TIC en los procesos de ventas obligatorio por causa de la pandemia del 2020, contribuyendo de forma notable al desarrollo económico local y social del cantón Durán, luego de haber realizado un análisis de las diversas relaciones que poseen los factores internos en el emprendimiento a través de las preguntas de encuestas:

- Actitudes emprendedoras
- Habilidad emprendedora
- Aspiraciones del emprendedor

Estos elementos explican la incidencia de los factores internos que afectan al emprendimiento, tales como la actitud emprendedora, las habilidades y las aspiraciones percibidas, a partir de ello se procede a presentar la propuesta con el objetivo de orientar de

mejor forma los emprendimientos, incentivar y motivar a los emprendedores con sus negocios, las aspiraciones predicen el comportamiento emprendedor.

Estrategias para promover la actitud emprendedora en los jóvenes.

La actitud emprendedora de los jóvenes debe estar presidida del grado de motivación que este perciba del entorno inmediato, las actitudes y la voluntad y son significativas al momento de empezar un emprendimiento y mantenerlos en el largo plazo.

Es necesario reflexionar sobre las actividades que efectúa el individuo en el proceso, la estrategia del emprendimiento y la estructura organizacional, así como el contexto en el que se desenvuelven las actividades complejas mencionadas. La propuesta apunta a mejoras en la actitud que los emprendedores profesionales y no profesionales ante cualquier emprendimiento, es necesario establecer políticas que enfocadas a mejorar la capacidad de los emprendedores al emprender obteniendo ventajas y beneficios por el simple hecho de ser emprendedor y dueño de una PyMES

Dicho esto, se debe involucrar a las instituciones del estado que otorgan oportunidades a los jóvenes para emprender a través de financiamiento o aperturas de mercados. De esta forma se crea una cultura de emprendimiento, de forma natural y motivada.

La elaboración de campañas de motivación emprendedora desde el bachillerato es preparada en base a conceptos básicos de mercadotecnia, administración y contabilidad. A través de esto el estudiante tiene la oportunidad de ser emprendedor y comenzar con pequeños negocios.

Finalmente, a nivel de educación superior, el emprendimiento debería ser una asignatura y eje transversal en institutos tecnológicos y universidades, de esta manera el profesional o egresado de carreras universitarias puede hacer frente a los hechos que son adversos en el

emprendimiento como se mostró en el comienzo del análisis de resultados, el financiamiento es uno de ellos.

Estrategias para fortalecer el entorno emprendedor y la intención emprendedora

En cuanto a la relación entre la norma subjetiva y la intención emprendedora, en esta hipótesis la norma subjetiva no demostró tener influencia directa en la intención del emprendedor, aquí se destacan las buenas intenciones de la sociedad y el círculo familiar que rodea al profesional, no tienen efecto en las decisiones de emprender. Esto se traduce en que no necesariamente los profesionales con entorno emprendedor emprenden igualmente. Esto podría significar que la pasión por el emprendimiento no se transfiere en el entorno a las siguientes generaciones, así se obtuvo de la investigación que hijos de emprendedores no necesariamente son emprendedores. En este contexto, las políticas públicas deben buscar la forma de armonizar la pasión por el emprendimiento desde el hogar. Para el efecto se pueden crear líneas de crédito a los emprendimientos familiares, al mismo tiempo que fortalecer el emprendimiento popular y solidario como lo manifiesta la Constitución de la República del Ecuador y el Plan Nacional de desarrollo 2021-2025.

Otra estrategia involucra la participación de las instituciones de educación superior a través de programas de vinculación con la sociedad, principalmente con las familias con mayores elementos de vulnerabilidad. De esta forma, las universidades capacitarán a las familias en habilidades necesarias para generar y sostener los emprendimientos, tales como: contabilidad, mercadotecnia, uso de internet y redes sociales con fines comerciales. Finalmente, se pueden establecer redes de emprendimiento públicas que utilicen las ventajas de las tecnologías de información y comunicación (TIC) para generar emprendimientos con costos más bajos de comercialización y difusión, y que les permita vincular a proveedores y clientes a través de plataformas de comercio electrónico y comercio móvil. Por otro lado, desde el punto de la norma subjetiva el joven profesional debe tener la voluntad de visitar frecuentemente

amistades que han marcado la vida académica del profesional le servirá de ayuda para estructurar el emprendimiento, puesto que recibirá excelentes consejos de amigo o familiar con vasta experiencia en la rama, que le ayudará a condensar la idea. Así mismo, debe frecuentar bibliotecas, universidades y centros de investigación para la ayuda del emprendimiento, y su sostenimiento en el largo plazo, el éxito es necesario compartirlo, puesto que existirán mayores socios que aportarán mejores ideas en el proyecto.

Estrategias para incentivar la confianza del potencial emprendedor

La autoeficacia es esencial en el desarrollo de las habilidades emprendedora, esta tiene una influencia directa en la intención de emprendimiento por ser mediadora de los factores controlables por el emprendedor; el dueño de locales de comidas rápidas debe construir la autoeficacia a través de las siguientes dimensiones:

- Desarrollar nuevos productos y oportunidades de mercado.
- Construir un entorno innovador.
- Definir el objetivo central del negocio.
- Afrontar cambios inesperados.
- Dejar atrás el confort
- Desarrollar los recursos humanos clave.

Resulta necesario que el emprendedor conozca sobre como involucrar a otros socios, colaboradores o personas en el proceso de levantamiento y posicionamiento de la marca o de la empresa dedicada a la elaboración de alimentos rápidos para consumo humano, para que de esta forma obtenga un mejor desempeño en las operaciones comerciales.

Otra de las estrategias que cabe destacar es la creación de programas de capacitación para emprendedores que promuevan el desarrollo personal y la confianza de los nuevos emprendedores que se dediquen a la venta de comidas rápidas en el cantón Durán.

Es necesario, generar ecosistema que facilite la creación de nuevos emprendimientos; es importante crear una imagen que sea de percepción para los consumidores donde destaque el realce y la firmeza de la identidad cultural, al mismo tiempo es relevante la puesta en marcha de una imagen de emprendimientos que sea la base para la motivación creativa con base en aversión al riesgo.

Es importante lograr que el ambiente sea de apoyo al emprendedor y su emprendimiento con miras en resultados sociales, promoviendo una cobertura amplia de los beneficios del ser emprendedor, al mismo tiempo que premiando públicamente a los emprendimientos exitosos.

Un eje muy importante es el acceso a créditos para los emprendedores, las PyMES y las empresas de Economía Popular y Solidaria. En nuestro medio el financiamiento debe ser a través de personas que estén dispuesta en confiar en la observación y el aprovechamiento de las oportunidades del emprendedor, de tal forma que se logre un crowdfunding para llegar a establecer un nuevo negocio.

Finalmente, se imprescindible crear incubadoras y aceleradores de empresas, donde se geste la creación de innovaciones empresariales y se armonice la participación de la alianza pública-privada, las ONG y las instituciones privadas que vean el potencial de las ideas garantizando la viabilidad de las mismas.

Conclusiones

El presente estudio usó el modelo GEM de comportamiento de actitud y actividad emprendedora incluyendo patrocinio, la motivación, los motivos de iniciar un negocio, la necesidad y oportunidad para medir los factores que inciden en el emprendimiento de comidas rápidas en el cantón Durán incluyendo la variable Factores internos como una variable de efecto directo en la emprendedora de microempresas dedicadas a la venta de comidas rápidas.

Los resultados permitieron hallar los factores que inciden en el logro de los emprendimientos y la sostenibilidad de estos, no obstante, las limitaciones del estudio debido a la cobertura proponen el inicio del camino a futuras investigaciones en la misma línea. La identificación del teórico utilizado observó variables moderadoras tales como la edad y nivel académico. Por lo tanto, se observó variables en estudio teórico de actitudes emprendedoras, habilidad emprendedora y aspiraciones del emprendedor

El propósito del presente estudio fue analizar los factores que influyen en el emprendimiento de microempresas dedicadas a la venta de comidas rápidas en el cantón Durán con la idea de determinar qué factores los limitan, cuales los favorecen para incrementar la intención de emprender.

Se concluye que existe una relación directa entre la participación motivadora, financiamiento y actitud emprendedora como factor interno directa en la sostenibilidad de los negocios. De la revisión de la literatura se pudo concluir que existe abundante sustento empírico que comprueba la relación de las variables propuestas en este estudio.

De la muestra de 252 emprendedores encuestados el 50% tiene de 34 a 41 años seguido de 26 a 33 años con el 35,71%. El 42,86 % corresponde a profesionales de tercer nivel y 14,29% a profesionales de cuarto nivel o maestrías, el 100% le gustaría empezar nuevos proyectos, de igual forma el 78,58% está de acuerdo en que se arriesgan a pesar de las incertidumbres, el

44,05% tiene la experiencia laboral previa para emprender, el 71,43% tiene la experiencia como propietario de otros emprendimientos, con relación al financiamiento el 14,29% consideró que fue fácil mientras que 21,43% halló inversionistas. Entre los hallazgos se evidenció la actitud de emprendimiento y financiamiento como factores decisivos en la intención y sostenibilidad emprendedora.

Recomendaciones

En cuanto a las recomendaciones son descritas a partir de las conclusiones de la investigación y de los resultados de las encuestas de este estudio. A continuación, se procede a mencionarlas:

A los agentes involucrados, que los emprendedores reciban mayor atención de parte de los organismos fiscales para obtener beneficios en capacitaciones y becas profesionales para mejorar la calidad de la gestión de los negocios de comidas rápidas del cantón Durán.

Al Estado, por medio del poder legislativo, impulsar leyes a favor de los emprendedores del cantón Durán, que garanticen de forma específica a bachilleres y profesionales del sector económico de alimentos y bebidas en PyMES, puesto estos impulsan el cambio y desarrollo del país.

Que les otorguen facilidades de crédito y préstamos a los emprendedores con las presentaciones planes comerciales sustentados y sin prendas hipotecarias, capacitaciones, charlas, entre otros, y de esta forma poder estar preparados para exponer o incubar las ideas innovaciones a nivel nacional e internacional, motivando la cultura de un espíritu emprendedor en el país.

A los inversionistas que creen en las ideas de los emprendedores encuestados y a todos en general, sean estos nacionales e internacionales, se propone que los emprendedores deben tener un respaldo de investigación de mercado donde se puede apreciar su utilidad proyectada en base a su aporte de capital y los resultados de ganancia en operaciones y en activos según su porcentaje de contribución.

Referencias

- Acuña, I., & Gamarra, M. (2018). *Factores que influyen en la intención de emprendimiento de estudiantes de pregrado de una universidad privada en Lima 2018*. Péru: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Aguilar, S., Howlet, P., Gutiérrez-Diez, Ramos, C., & López, S. (2019). Método para elaborar un plan de mercadotecnia: Una herramienta de gestión del conocimiento. *Revista Latina de Comunicación Social*(74), 1308-1320. doi:10.4185/RLCS-2019-1385
- Alvira, F. (2016). *La encuesta: una perspectiva general metodológica*. Madrid-España: Centro de Investigaciones Sociológicas. Recuperado el 16 de mayo de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=GbZ5JO-loDEC&printsec=frontcover&dq=encuesta&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiR0KXR4KHiAhVKx1kKHbOFCNoQ6AEIJzAA#v=onepage&q=encuesta&f=false>
- Anchundia, B., & Barrezueta, Á. (2020). *Propuesta de asesoría en gestión de emprendimientos en el cantón Durán*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Anchundia, Y. E., & Ortega, C. O. (2020). *Los efectos socioeconómicos del crecimiento del comercio informal en el Cantón Durán periodo 2014-2018 [Tesis de pregrado]*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/40668/1/T-ALEJANDRO%20ANCHUNDIA%20YOJAIRA%20ELIZABETH%20Y%20GUA M%c3%81N%20ORTEGA%20CESAR%20OSWALDO.pdf>
- Aquihuatl, E. C. (2019). *Metodología de la investigación interdisciplinaria*. México: Editorial INK.
- Arano, R. M., & Flores, M. C. (2018). La importancia del entorno general en las empresas. *Ciencia Administrativa*, 2, 62-65. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2013/04/06CA201202.pdf>
- Armas, Y. M., Llanos, M. d., & Traverso, P. A. (2017). *Gestión de talento Humano y nuevos escenarios laborales*. Universidad Ecotec. Obtenido de <https://www.ecotec.edu.ec/content/uploads/investigacion/libros/gestion-talento-humano.pdf>

- Asamblea Nacional. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito: Asamblea Nacional del Ecuador.
- Astudillo, S. (Noviembre de 2017). Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas del área urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador. *Maskana*, 2(2), 27-35. Recuperado el 17 de octubre de 2019, de https://www.researchgate.net/publication/313360043_Analisis_de_los_factores_que_influyen_el_emprendimiento_y_la_sostenibilidad_de_las_empresas_d_el_area_urbana_de_la_ciudad_de_Cuenca_Ecuador
- Balarezo, G., Flores, L., & Mora, S. (2014). *Plan de desarrollo de la provincia del Guayas*. Prefectura del Guayas, Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Guayas. Guayaquil: Estatal. Recuperado el 16 de octubre de 2019, de <http://suia.ambiente.gob.ec/documents/783967/890768/Plan+de+Desarrollo+de+la+Provincia+del+Guayas.pdf/6500a934-d814-4d34-ac4d-cf7649d15fd6>
- Balladares, K. A., & Martínez, M. R. (2017). *Desarrollo del emprendimiento en el Ecuador*. Obtenido de EUMED: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2016/02/crecimiento.html>
- Balladares, K., & Martínez, R. (2016). Desarrollo del Emprendimiento en el Ecuador. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*(2), 1-15. Recuperado el 25 de junio de 2020, de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2016/02/crecimiento.zip>
- Banco Central del Ecuador. (31 de marzo de 2021). *La pandemia Incidió en el crecimiento 2020: Economía ecuatoria decreció en 7,8%*. Obtenido de Resultados PIB 2020: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1421-la-pandemia-incidio-en-el-crecimiento-2020-la-economia-ecuatoriana-decrecio-7-8>
- Bóveda, J. E., Oviedo, A., & Yakusik, A. L. (2015). *Manual de emprendedorismo*. Paraguay: Universidad Nacional de Asunción. Recuperado el 18 de septiembre de 2022, de https://www.jica.go.jp/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_01.pdf

- Bravo, M. R. (2017). Aspectos conceptuales sobre la innovación y su financiamiento. *Análisis Económico*, 27(66), 26-45. Recuperado el 30 de octubre de 2019, de <http://analiseconomico.azc.uam.mx/index.php/rae/article/view/179/172>
- Carballo, R. (2019). *Innovación y gestión del conocimiento: modelo, metodología, sistemas y Herramientas de innovación*. España: Díaz de Santos.
- Carro, R., & González, D. (2018). *Administración de la calidad total*. Argentina: Universidad Nacional de Mar Del Plata. Recuperado el 18 de septiembre de 2022, de http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf
- Castillo, V., & Ortiz, F. (2018). Factores diagnósticos de los factores que afectan el emprendimiento en jóvenes universitarios de la ciudad de Guayaquil. *Ciencia y Tecnología*, 9(1), 24-36. Recuperado el 30 de octubre de 2019, de <http://cienciaytecnologia.uteg.edu.ec/revista/index.php/cienciaytecnologia/articulo/view/84>
- Cegarra, J. (2018). *Metodología de la investigación científica y tecnológica*. Madrid-España: Díaz de Santos. Recuperado el 30 de enero de 2020, de <https://books.google.com.ec/books?id=-XG4KMFNnP4C&printsec=frontcover&dq=metodologia+de+la+investigacion+cientifica&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi4wb7L5PrcAhVST98KHWI6BLgQ6AEIJTAA#v=onepage&q&f=false>
- Cortéz, M. (2016). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*. España: AOC.
- Durán, S., Parra, M., & Márceles, V. (2015). Potenciación de habilidades para el desarrollo de emprendedores exitosos en el contexto universitario. *Opción*, 31(77), 200-215. Recuperado el 30 de octubre de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/310/31041172012.pdf>
- Enciso, M., & Gaminde, E. (2018). *Estudio sistemático del principio cooperativo de gestión democrática*. Madrid: Dykinson. Recuperado el 29 de octubre de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=zQSCDwAAQBAJ&pg=PA22&dq=empresa+de+cooperativa&hl=es->

419&sa=X&ved=0ahUKEwiY2u2Y48DIAhUvvFkKHSwvBvAQ6AEIJzAA#v=onepage&q=empresa%20de%20cooperativa&f=false

- Fuentelsaz, L., & Montero, J. (2017). ¿Qué hace que algunos emprendedores sean más innovadores? *Universia Business Review*(47), 14-31. Recuperado el 30 de octubre de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/433/43341001001.pdf>
- Galindo, M., & Méndez, T. (2019). La actividad emprendedora y competitividad: factores que inciden sobre los emprendedores. 22(3), 61-75. Recuperado el 10 de julio de 2020, de <https://revistas.ucm.es/index.php/PADE>
- GEM. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2021-2022*. Quito: Estatal.
- Gómez, L. A. (2018). Teorías del emprendimiento. *Economista*, 5(3), 104-107.
- Gómez, M. M. (2017). *Introducción a la metodología de la investigación científica* (Primera ed.). Argentina: Editorial Brujas. Obtenido de http://books.google.com.ec/books?id=9UDXPe4U7aMC&pg=PA85&dq=dise%C3%B1o+de+la+investigacion&hl=es&sa=X&ei=jeLvU--CDY_LsATTkYHIBg&ved=0CCcQ6AEwAg#v=onepage&q=dise%C3%B1o%20de%20la%20investigacion&f=false
- Guitierrez, G. (2018). El fenómeno del emprendedurismo en el Salvador: comparativa con países GEM. *Revista Retos*, 17-36. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/8071/1/EI%20fenomeno%20del%20emprendimiento%20en%20el%20Salvador.pdf>
- Gutama, M. G., & Jiménez, P. S. (2019). *El emprendimiento y su evolución como una alternativa laboral en el contexto latinoamericano: una revisión de literatura*. Cuenca-Ecuador: Universidad de Cuenca. Obtenido de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/31772/1/EL%20EMPRENNDIMIENTO%20Y%20SU%20EVOLUCI%C3%93N%20COMO%20UNA%20ALTERNATIVA%20LABORA.pdf>
- Herederó, C. d., & Jiménez, F. B. (2016). *Los cien errores más frecuentes del emprendimiento*. España: ESIC Editorial. Recuperado el 30 de octubre de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=5t6NDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA29&dq=Asumir+riesgos+y+aprender+de+los+errores&ots=6opVKpr088&>

sig=FIINVOXZ1CcTOrwFVapAt1mxOXQ#v=onepage&q=Asumir%20riesgos&f=false

Hernández, R. S. (2016). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). México: McGraw-Hill Education.

Hernández, S. M., Mayoral, E. E., & Castro, P. G. (2018). Motivación interna de los emprendedores en el proceso de incubación empresarial. *Revista Global de Negocios*, 6(1), 45-54. Recuperado el 30 de octubre de 2019, de <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/ibf/rgnego/rgn-v6n1-2018/RGN-V6N1-2018-4.pdf>

Kelley, D., Slavica, S., & Herrington, M. (2022). Global Report 2020/21. *Global Entrepreneurship Monitor*. Recuperado el 10 de enero de 2022, de <https://www.gemconsortium.org/report>

Lasio, V., Ordeñana, X., Caicedo, G., & Samaniego, A. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador*. Ecuador: ESPEAE. Recuperado el 16 de octubre de 2019, de <http://espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GemEcuador2017.pdf>

López, J. C., Astudillo, S., Carpio, X., Delgado, J., & Martínez, O. A. (2016). Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas del área urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador. *MASKANA*(2), 27-38. Recuperado el 20 de julio de 2020, de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5412/1/MASKANA%20si7285%20%283%29.pdf>

Lorca, L. (2013). Modelo de Factores que inciden en el éxito de emprendimientos sociales en América Latina. *Estudio Cualitativo*.

Macías, M., Sánchez, Y., & Zerón, M. (Abril-Junio de 2019). Factores conductuales y gerenciales determinantes del éxito emprendedor en México. *Revista de Ciencias Sociales*, 25(2), 26-39. Recuperado el 30 de octubre de 2019, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7025990>

Manzo, T. S. (2017). *Plan de emprendimiento para el sector "La Virginia" de la Parroquia El Salto [tesis de pregrado]*. Babahoyo-Ecuador: Universidad Reginal Autónoma de Los Andes. Obtenido de

<https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/8385/1/TUBADM039-2017.pdf>

- Martín, J. C. (2019). *Franquicias, negocios de ÉXITO*. México: Angels Fortune. Recuperado el 29 de octubre de 2019, de https://books.google.com.ec/books?id=Hyu4DwAAQBAJ&pg=PT46&dq=franquicias&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjQ9c7q4cDIAhUHy1kKHR_cAuUQ6AEIJzAA#v=onepage&q=franquicias&f=false
- Menger, C. (1986). *Principios de Economía Política*. Barcelona: Ediciones Orbis. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3290/329027265004.pdf>
- Moreira, M., Bajaña, I. D., Pico, B., Guerrero, G. C., & Villarroel, J. V. (2018). Factores que Influyen en el Emprendimiento y su Incidencia en el Desarrollo Económico del Ecuador. *Revista Ciencias Sociales y Económicas*, 2(1), 1-22. doi:<https://doi.org/10.18779/csye.v2i1.215>
- Navarro, A., Rey, M., & Barrera, R. (2016). Compromiso, recursos, emprendimiento explorador y resultados empresariales. *Revista de Administração de Empresas*, 135-147. Recuperado el 30 de octubre de 2019, de <http://www.scielo.br/pdf/rae/v57n2/0034-7590-rae-57-02-0135.pdf>
- Ornelas, C., Contreras, G. L., & Silva, O. M. (2015). El Espíritu Emprendedor y un Factor que Influencia su Desarrollo Temprano. *Conciencia Tecnológica*(49), 46-51. Recuperado el 30 de octubre de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/944/94438997006.pdf>
- Ovalles, L. V., Freitas, Z. M., Olivares, M. Á., & Guerra, H. S. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 23(núm. 81), 217-234. Recuperado el 18 de septiembre de 2022, de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29055767013/html/index.html>
- Paladino, M. (2015). *De la empresa familiar a la familia empresarial*. España: Acción Empresarial. Recuperado el 29 de octubre de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=bhcupDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=empresa+familiar&hl=es->

419&sa=X&ved=0ahUKEwjdsfCh38DIAhWExFkKHZdfDgAQ6AEIRzAE#v=onepage&q=empresa%20familiar&f=false

- Pardinas, F. (2016). *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*. España: AOC.
- Park, S. S., & Duarte, S. (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. *Rev. Int. Investig. Cienc. Soc*, 11(2), 291-314. Recuperado el 30 de octubre de 2019, de <http://revistacientifica.uaa.edu.py/index.php/riics/article/view/271>
- Piña, L. E. (2015). El emprendimiento desde la perspectiva de los tecnólogos populares de Miraca. *Multiciencias*, vol. 15(núm. 1), 29-40. Recuperado el 18 de septiembre de 2022, de <https://www.redalyc.org/pdf/904/90441655005.pdf>
- Pittaway, L. (2019). The Evolution of Entrepreneurship Theory. *Statesboro*. Obtenido de https://eagleentrepreneur.files.wordpress.com/2012/01/01_2011-pittaway.pdf
- Prieto, C. (2017). *Emprendimiento: conceptos y plan de negocios*. México: Pearson.
- Sánchez, J., Vélez, M., & Arújo, P. (2016). Balanced Scorecard para emprendedores. *rev.fac.cienc.econ.*, 24(1), 37-47. Recuperado el 30 de octubre de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/909/90943602004.pdf>
- Say, J.-B. (1996). *Cours à l'Athénée, en P. Steiner, Cours d'économie politique et autres essais 1819*. Paris: Flammarion.
- Silva, A. M. (2017). *Factores que implican el éxito de organizaciones de economía solidaria: Hallazgos de emprendimientos en el sector cooperativo*. España: Universitat de València. Obtenido de https://base.socioeco.org/docs/tesis_silva_ana_mayo_30_vfinal.pdf
- Soledispa, B. J., & Guitart, S. O. (2017). Fundamentos teórico-metodológicos para un modelo de gestión del talento humano desde los emprendimientos de la economía popular y solidaria. *Economía y Desarrollo*, 158, 17-33. Recuperado el 30 de octubre de 2019, de <http://www.econdesarrollo.uh.cu/index.php/RED/article/view/412/294>

- Terán-Yépez, E., & Guerrero-Mora, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Espacios*, 41(7), 7. Recuperado el 6 de mayo de 2021, de <http://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>
- Tracy, B. (2014). *Mercadotecnia*. México: Grupo Nelson. Recuperado el 28 de octubre de 2019, de https://books.google.com.ec/books?id=jFEVCgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=mercadotecnia&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjsidLV5cDIAhXNs1kKHx5eB_sQ6AEIJzAA#v=onepage&q=mercadotecnia&f=false
- Turker, D., & Sonmez, S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students? *Journal of European Industrial Training*, 33(2), 142-159.
- Valencia, A., Gutiérrez, L., & Montoya, L. (2017). Consideraciones acerca del emprendimiento estratégico como síntesis funcional de la identificación de oportunidades y la creación de ventajas competitivas. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*(52), 143-159. Recuperado el 30 de octubre de 2019, de redalyc.org/pdf/1942/194253828009.pdf
- Varela, R. (2001). *Innovación Empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas*. Colombia-Bogotá: Pearson Educación de Colombia.
- Yépez, F. (2017). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION*. GUAYAQUIL ECUADOR: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Sánchez Camacho Kerly Isabel, con C.C: # 0930476817 autor(a) del trabajo de titulación: Factores que influyen en el emprendimiento de microempresas dedicadas a la venta de comidas en el cantón Durán previo a la obtención del grado de **MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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 a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación 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.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 9 de febrero de 2023

f.



Nombre: **Sánchez Camacho Kerly Isabel**
C.C: **0930476817**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN			
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Factores que influyen en el emprendimiento de microempresas dedicadas a la venta de comidas en el cantón Durán		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Sánchez Camacho Kerly Isabel		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Castro Peñarreta, Ángel /Sopó Montero, Gerson Rosenberg, Mgs		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Maestría en Administración de Empresas		
GRADO OBTENIDO:	Magíster en Administración de Empresas		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	9 de febrero de 2023	No. PÁGINAS:	DE 98
ÁREAS TEMÁTICAS:	Factores del emprendimiento Emprendimiento en comida rápida.		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Emprendimientos, actores internos, microempresa, comidas rápidas		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	<p>El estudio fue realizado bajo el objetivo de analizar los factores que influyen en el emprendimiento de las microempresas dedicadas a la venta de comidas rápidas en el cantón Durán a través de un estudio exploratorio, descriptivo, analítico. El estudio es importante porque analiza los factores que inciden en los emprendimientos, de tal forma se centró en aquellos de interés para el emprendedor. Los resultados porcentuales que arrojó la muestra probabilística de 252 emprendedores encuestados demuestran que, el 78,58% está de acuerdo en que se arriesgan a pesar de las incertidumbres, el 44,05% tiene la experiencia laboral como parte de las aptitudes de emprendimiento, el 71,43% tiene la experiencia como propietario de otros emprendimientos, con relación al financiamiento, el 14,29% consideró que fue fácil mientras que 21,43% halló inversionistas. Se llegó a la conclusión que dichos factores de carácter interno tienen valor decisivo en lograr un emprendimiento de comidas rápidas en el cantón Durán, sin dejar de lado los factores externos que no pueden ser resueltos por el emprendedor. Así el análisis arrojó que, de los factores en actitudes emprendedoras, habilidad emprendedora, aspiraciones del emprendedor son afectados por la motivación a emprender y el financiamiento del negocio.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0989153981	E-mail: kis-c@live.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: María del Carmen Lapo Maza		
	Teléfono: +593-4-3804600		
	E-mail: maria.lapo@cu.ucsq.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			