



# **UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,  
GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

**ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

**PORTADA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**INFORME FINAL  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS  
COMERCIALES**

**TEMA:**

**“FACTORES QUE INCIDEN EN LA SOSTENIBILIDAD DE LOS  
EMPRESARIOS EN EL CANTÓN SAN MIGUEL, PROVINCIA  
BOLÍVAR, EN EL PERIODO 2015–2016”**

**AUTORAS:**

**JENNY JOHANA CHASI LLUMITAXI  
SANDRA JANINNA QUINCHA GARCÍA**

**DIRECTOR:**

**ING. ALFREDO ARMANDO RODRÍGUEZ GUZMÁN MSc.**

**PARES ACADÉMICOS:**

**ING. VÍCTOR HUGO QUIZHPE  
BACULIMA MBA.**

**ING. RAMIRO JARAMILLO  
VILLAFUERTE MBA.**

**GUARANDA–ECUADOR  
2016**

## **CERTIFICADO DEL DIRECTOR**

A quien interese:

**ING. ALFREDO ARMANDO RODRÍGUEZ GUZMÁN MSc**, docente DIRECTOR, del PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, (Modalidad de Titulación), a petición de parte interesada,

### **CERTIFICA**

Que las sugerencias y recomendaciones realizadas por mi persona en calidad de director del **Proyecto de Investigación**, denominado “ **FACTORES QUE INCIDEN EN LA SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN EL CANTÓN SAN MIGUEL, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2015-2016**”cuyas autoras son **CHASI LLUMITAXI JENNY JOHANA Y QUINCHA GARCÍA SANDRA JANINNA** estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial; ha sido acogido por las autoras, por lo que presento mi aval para que se continúe con el trámite posterior correspondiente.

Es todo cuanto puedo certificar.

Guaranda, 06 de Octubre del 2016

**ING. ALFREDO RODRÍGUEZ**



Docente  
Director

## **AUTORÍA DEL TRABAJO**

Nosotras, **JENNY JOHANA CHASI LLUMITAXI** y **SANDRA JANINNA QUINCHA GARCÍA**, declaramos ser autoras del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Estatal de Bolívar y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

F. \_\_\_\_\_



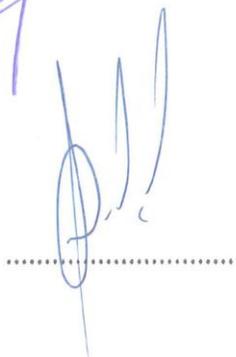
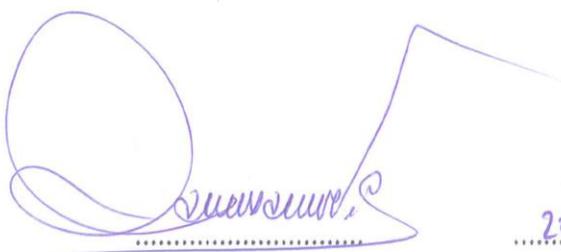
**Autor: Jenny Johana Chasi Llumitaxi**  
**CL.: 020186976-5**

F. \_\_\_\_\_



**Autor: Sandra Janinna Quincha García**  
**CL.: 020191759-8**

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

TRIBUNAL	FIRMA	FECHA
Ing. Maricela Espín VICEDECANA		25/10/2016
Ing. Alfredo Rodriguez DIRECTOR		2016-10-25
Ing. Victor Quizhpe PAR ACADÉMICO 1		2016-10-25
Ing. Ramiro Jaramillo PAR ACADÉMICO 2		2016-10-25

## **DEDICATORIA**

A mis padres y mis hermanos,  
quienes siempre han estado a mi lado,  
por ser un ejemplo de superación y ser mi fortaleza,  
a mi familia por estar siempre pendientes a lo largo de todo  
mi desarrollo académico.

Sandra Janinna Quincha García

A mis amados padres y mis queridos hermanos quienes me han apoyado  
incondicionalmente en las buenas y en las malas con su comprensión, amor y  
sabios consejos, me han dado todo lo que soy como persona, valores,  
principios, perseverancia, sobre todo el coraje para culminar mi carrera y  
alcanzar mi objetivo tan anhelado de formarme profesionalmente.

Jenny Johana Chasi Llumitaxi

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a Dios por habernos dado la oportunidad de estudiar y ser nuestra compañía a lo largo de esta carrera, por ser nuestra fortaleza en los momentos de debilidad y darnos una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

A nuestro director Ing. Alfredo Armando Rodríguez Guzmán, que con su amplio conocimiento y gran apoyo tanto ético como moral, ha sabido guiarnos en cada paso de este proceso investigativo, al trabajo desinteresado realizado por el Dr. Juan Carlos López Gutiérrez. PhD.

A las Autoridades y Catedráticos de la Facultad Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, Carrera Ingeniería Comercial, por el gran conocimiento impartido en las aulas de clase.

Siendo este el inicio de nuestra vida profesional, con orgullo representamos a la institución que nos brindó el conocimiento.

Sabemos que el camino académico aún es largo pero con este buen inicio lograremos cumplir todas las metas propuestas.

Sandra Quincha –Jenny Chasi

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	I
CERTIFICADO DEL DIRECTOR .....	II
AUTORÍA DEL TRABAJO.....	III
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO .....	IV
DEDICATORIA .....	V
AGRADECIMIENTO .....	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS.....	VIII
RESUMEN EJECUTIVO .....	IX
ABSTRACT .....	X
INTRODUCCIÓN .....	1
REVISIÓN DE LA LITERATURA .....	3
METODO.....	13
RESULTADOS.....	20
DISCUSIÓN .....	51
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	56
APÉNDICES.....	57

## ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

### Índice de tablas

<b>Tabla 1</b>	Evaluación para iniciar un emprendimiento .....	21
<b>Tabla 2</b>	Evaluación de los potenciales proveedores.....	23
<b>Tabla 3</b>	Evaluación de los aspectos que lo diferencia de la competencia .....	25
<b>Tabla 4</b>	Evaluación, vías de financiamiento para iniciar un emprendimiento .....	27
<b>Tabla 5</b>	Evaluación de las capacidades de emprendimiento .....	28
<b>Tabla 6</b>	Evaluación de sus proveedores actuales .....	30
<b>Tabla 7</b>	Evaluación de los aspectos que lo diferencian de la competencia .....	32
<b>Tabla 8</b>	Evaluación de las vías de financiamiento que utilizó .....	34
<b>Tabla 9</b>	Evaluación de las acciones para mantener su emprendimiento .....	36
<b>Tabla 10</b>	Evaluación, capacidades de emprendimiento en el momento del fracaso. ....	37
<b>Tabla 11</b>	Evaluación del comportamiento de los proveedores al momento del fracaso	39
<b>Tabla 12</b>	Evaluación de los aspectos que lo diferenciaba de la competencia que se utilizó.....	35
<b>Tabla 13</b>	Evaluación de las vías de financiamiento que se utilizo .....	41
<b>Tabla 14</b>	Evaluación, acciones que realizó para mantener su emprendimiento.....	42

### Índice de gráficos

<b>Figura 1.</b>	Factores claves (Desean) en los emprendimientos del Cantón San .....	43
<b>Figura 2.</b>	Factores claves (Poseen) en los emprendimientos del Cantón San Miguel ...	44
<b>Figura 3.</b>	Factores claves (Fracasaron) en los emprendimientos del Cantón San.....	46
<b>Figura 4.</b>	Factores críticos (Desean) en los emprendimientos del Cantón San Miguel	48
<b>Figura 5.</b>	Factores críticos (Poseen) en los emprendimientos del Cantón San Miguel..	49
<b>Figura 6.</b>	Factores críticos (Fracasaron) en los emprendimientos del Cantón San Miguel .....	50

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Para la presente investigación se toma como objetivo principal determinar los factores de sostenibilidad de los emprendimientos en el Cantón San Miguel de Bolívar, en el desarrollo de la misma, se puso en práctica tres tipos de encuestas, destinadas a personas que desean emprender, poseen emprendimientos y fracasaron en los mismos, se utilizó el método científico comprobando conocimientos establecidos en investigaciones previas, basándose en teorías científicas, la investigación de campo e investigación exploratoria. Seguido del método cualitativo ya que se da explicaciones y descripciones detalladas acerca de los emprendimientos para su fácil interpretación y comprensión, el método cuantitativo dando medición numérica y análisis estadístico.

Las técnicas que se utilizaron para recolectar datos son: revisión bibliográfica, consultas en internet y libros, encuestas realizadas a la población de estudio.

La mayoría de las personas tanto hombres como mujeres no tenían un claro conocimiento de leyes y otros documentos sobre emprendimiento, en el factor económico se plasma la necesidad que tienen las personas para acceder a un producto así como de iniciar nuevos emprendimientos, obteniendo así los factores claves tales como: Ser perseverante, innovador, resignación, sacrificio y entrega total para iniciar la tarea, capacidad para comunicar convencer y vender, calidad en atención al cliente, calidad del producto o servicio, entre otros, los cuales permiten a las personas alcanzar los objetivos que se han trazado, ayudándolos a distinguir de la competencia de diferente manera, al igual que los factores críticos como: Manejo de la creatividad, velocidad de atención, garantías, flexibilidad a las distintas necesidades, destreza en matemáticas, contratar asesores, le agrada liderar a grupos de trabajo etc., siendo características que posee un emprendedor en las cuales se debe tener mayor cuidado, por ende deben funcionar correctamente si desean alcanzar el éxito, estos dos factores son muy importantes ya que inciden totalmente en la sostenibilidad de los emprendimientos de dicho cantón.

## **ABSTRACT**

For the present investigation it takes as a main target to determine the factors of sustainability of the entrepreneurship in the city San Miguel of Bolivar, in the development of the same one, there were put into practice three types of surveys, to persons that they want to tackle, possess entrepreneurship and they failed in the same ones, the scientific method is used verifying knowledge established in previous investigations, being based on scientific theories, the investigation of field and exploratory investigation.

Followed by the qualitative method since it gives itself explanations and descriptions detailed about the entrepreneurship for its easy interpretation and comprehension the quantitative method giving numerical measurement and statistical analysis.

The skills that were used to collect information are: bibliographical review, you consult in Internet and books, surveys realized to the population of study.

Most of the persons both men and women had not a clear knowledge of laws and other documents on entrepreneurship, of the economic factor there takes shape the need that the persons have to gain access to a product as well as of initiating new entrepreneurship, obtaining this way the factors such keys like: To be assiduous, an innovator, resignation, sacrifice and entire delivery to initiate the task, aptitude to communicate to convince and to sell, quality bearing in mind the client, quality of the product or service, between others, which allow to the persons to reach the targets that have been planned, helping them to distinguish of the competition in different way, as the critical factors like: Handling of the creativity, speed of attention, guarantees, flexibility to the different needs, workmanship in mathematics, to hire advisers, he likes to lead to groups of work etc. being .characteristics that an entrepreneur possesses in which it is necessary to have major care, hence they must work correctly if they want to reach the success, these two factors are very important since they affect completely in the sustainability of the entrepreneurship of the above mentioned city.

## INTRODUCCIÓN

La esencia de los emprendimientos a lo largo de su ilustre historia ha ejercido una gran influencia en la vida de las personas, La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad tanto económica como laboral, sin dejar de resaltar como los niveles de desempleo cada día crecen, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos e iniciar negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores.

Fue Schumpeter, profesor de Harvard, quien utilizó por primera vez el término (pionero), para referirse a aquellos individuos que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados. Contraponiéndose a esta teoría, la escuela austríaca manifestó una discrepancia con respecto al término, pues muchos emprendedores lograban mejorar y hacer más eficientes la red comercial, anulando las turbulencias y creando nuevas riquezas. Hoy en día se aceptan ambas como actitudes emprendedoras, pero los patrones de enseñanza para uno u otro son en cierto modo diferentes, ninguna definición del emprendimiento es lo suficientemente precisa o descriptiva para las personas que desean tener más espíritu emprendedor, en sentido general todo el mundo desea ser innovador, flexible y creativo, aunque a la larga no se logre en su totalidad. (Castillo A, 2000).

Es importante saber los tipos de emprendedores, el emprendedor por oportunidad, es aquel que entre muchas opciones, aprovecha una oportunidad que se le presenta en su entorno. El emprendedor por necesidad, es aquel que busca opciones de negocio por desempleo y puede ayudar si tiene una iniciativa de empleo por cuenta propia.

El emprendimiento es el mejor camino para crecer económicamente, para ser independientes, y para tener una calidad de vida acorde a nuestras expectativas. Una de las necesidades más importantes del mundo es superar el cambio y avanzar siempre al

futuro, por lo cual quien es emprendedor siempre va un paso adelante, Casi todos los países, tienen entidades dedicadas exclusivamente a promover la creación de empresas entre profesionales, y entre quienes tengan conocimiento específico suficiente para poder ofertar un producto o un servicio, Al realizar esta investigación se pretende encontrar los factores de sostenibilidad en los emprendimientos del cantón San Miguel de Bolívar el mismo que cuenta con una población de 27.244 habitantes, según censo del INEC 2010, los cuales 25,4 % están en el área urbana y 74,6 %, habitan en el área rural, representando el 8.9% de la población total de la provincia de Bolívar, su parroquia del área urbana es San Miguel y del área rural son Bilovan, San Pablo, Regulo de Mora, Balsapamba, Santiago y San Vicente, contando con suficiente información como es el lugar geográfico de los emprendimientos, datos estadísticos y poblacionales que facilitan la investigación.

Basándose que varios proyectos de emprendimientos anteriores lograron su inicio, desarrollo pero en corto plazo quedaron a la deriva sin su respectiva ejecución, se aspira determinar los factores claves y críticos así como la valoración de los factores en los emprendimientos, logrando un inicio desarrollo y ejecución efectiva del mismo obteniendo un desarrollo tanto económico como social, a nivel cantonal como a nivel provincial.

## REVISIÓN DE LA LITERATURA

### **Emprendimiento**

Desde los orígenes del vocablo, tal como lo expresa Pérez Libardo en su artículo Gestión del emprendimiento en perspectiva curricular, donde expresa que “le sigue el rastro al termino y aparece la expresión francesa entrepreneur, que significa Pionero”, y lo liga “a la actitud de las personas o grupos de personas que se distinguen por su inclinación a la incertidumbre, como opción para descubrir, construir, innovar o transformar una realidad”, descripción que se ajusta a la realidad de las persona que inician empresas, las cuales en muchas ocasiones solo cuentan con la idea de un negocio que presupone puede ser rentable, sin medir consecuencia y sin meditar que lo planteado como proyecto puede fracasar, pero, existe la posibilidad que esa idea pueda ser brillante y tener éxito al satisfacer una necesidad sentida por una comunidad. (Libardo, 2014)

Basándose en Joseph Alois Schumpeter, quien va más allá de la definición y describe que la función de los emprendedores es “reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera”, compromiso que sin duda abarca todas las posibilidades que tiene el emprendedor para cambiar el mundo, especialmente aquel relacionado con lo empresarial. En este sentido, este tipo de personas pueden iniciar una idea de negocio a partir de cero y empezar su construcción hasta obtener un resultado satisfactorio, es decir plasmar ese sueño en una empresa. Pero en ese trayecto el emprendedor encuentra un sinnúmero de barreras, que lo obligaran a tomar decisiones apresuradas en algunos casos y en otros desacertadas. Estos obstáculos, son sin duda los retos que día a día forma a la persona emprendedora y los obliga a tener iniciativa, innovación y creatividad para enfrentarse a un mundo empresarial cambiante. Se toma el emprendimiento desde la perspectiva de formación, como premisa que el espíritu emprendedor según lo afirma Pérez, se construye desde la educación, es decir “el emprendedor se forma”. Entendida esta postura como la afirmación de que todo emprendedor tiene la posibilidad de crecer según la formación recibida. Entonces son las instituciones educativas quienes tienen el gran reto de formar

el Espíritu Emprendedor de aquellas personas a las cuales forman, permitiendo con ello, alentar la creatividad y la innovación no solo en lo empresarial sino como ser humano. (Varela, 2014)

Las instituciones, para realizar esta tarea, deben efectuar movimientos a las estructuras curriculares que en un alto porcentaje son rígidas, debido a las normatividades que los reglamentan, de tal forma que les permitan introducir los elementos necesarios para potencializar las capacidades de los emprendedores. Otro aspecto importante de análisis en el tema de emprendimiento es la posibilidad de explorar en el emprendedor las competencias relacionadas con lo empresarial, desde éste aspecto, se hace referencia a Varela Rodrigo (2014) quien manifiesta que “Se sabe que la preparación científico-tecnológica y la capacidad innovadora del ser humano harán la diferencia en la nueva época, que hay rápidos desarrollos en la tecnología dura y blanda, que el conocimiento crece a un ritmo nunca antes visto, que ya no existen mercados cerrados, que los productos, los servicios y aun las empresas tienen ciclos de vida cortos y que la sociedad de los empleados tradicionales está en sus fases finales. En definitiva, que el entorno de desempeño de los ciudadanos cambio. (Varela, 2014)

Esta visión, presupone que los emprendedores deben estar inmersos en las nuevas tendencias, es decir, deben tener competencias que los den a conocer como líderes, innovadores, independientes, que asumen riesgos calculados, que generan trabajo y que aportan cambios a la sociedad. Estas competencias se logran desarrollar siempre y cuando las instituciones aporten con las herramientas necesarias para formar personas emprendedoras. El vínculo entre las Instituciones Educativas y los Emprendedores está directamente relacionado con la meta de alcanzar una formación empresarial, que permita en escenarios futuros contar con empresarios preparados, con una clara visión de sus negocios desde el inicio de su idea, hasta el fortalecimiento de la empresa, para lo cual es necesario que el emprendedor conozca las formas de negociación, la búsqueda de recursos para iniciar y expandir su unidad de negocio, al mismo tiempo que pueda administrarlos y llevarlos financieramente al éxito. Estos temas deben ser orientados desde la academia, en cualquiera de sus niveles, por cuanto el emprendedor está en la Educación Superior y en otros niveles educativos. En este sentido la relación que se crea

entre el emprendedor y la academia facilita que las nuevas empresas se desarrollen en ambientes formales, con alto compromiso de responsabilidad social y que los resultados sean aprovechados por toda la sociedad. En cuanto a las competencias empresariales según las expresan Varela y Bedoya, el empresario debe tener visión de carrera empresarial, sensibilidad social, orientación al logro, autoconfianza, amplitud perceptual, flexibilidad, empatía, pensamiento conceptual, orientación al mercado, gestión de empresa, construcción de redes empresariales, toma de decisiones. (Libardo, 2014)

### **El emprendimiento en Ecuador**

De acuerdo al reporte del Global Entrepreneurship Monitor 2014 (GEM), la Actividad Emprendedora Temprana (TEA) para Ecuador ha sido históricamente alta, al igual que para otros países de la región como Perú y Bolivia. La TEA para el 2013 fue excepcionalmente elevada, 36%. Se habló del boom del emprendimiento en 2013, y en 2014 los resultados arrojan, igualmente alta de 32.6%; la efervescencia emprendedora se mantiene. (Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2014)

Para entender las implicaciones de este índice, se discutirá a continuación algunos valores de la sociedad ecuatoriana que pueden actuar como facilitadores o inhibidores de la actividad emprendedora; características individuales que distinguen a los emprendedores en cuanto a sus percepciones de oportunidades, sus capacidades, su intención de emprender y temor al fracaso, así como información relativa a rangos de edad, nivel de educación, sexo, ocupación, entre otras.

Como característica distintiva del GEM, la favorabilidad del entorno se evalúa a través de la opinión de un conjunto de expertos nacionales en las condiciones marco del emprendimiento. Este año se dedicará un espacio en las secciones pertinentes para contrastar a los individuos en actividad emprendedora temprana y a aquellos que no han creado un negocio; este análisis contribuirá también con información valiosa para cerrar brechas en algunos ámbitos de acción. (GEM,2014).

Ecuador tiene las tasas de emprendimiento de hombres y mujeres más altas de la región, sin mayores diferencias entre los dos sexos. Sin embargo para muchos de los otros países de la región prevalecen los emprendedores hombres. (INEC, 2016; GEM, 2014; SRI, 2016).

### **Edad**

El grupo etario predominante entre los emprendedores correspondió a los adultos entre 25 y 34 años de edad con un 29.7%, seguido por quienes tienen entre 35 y 44 años con un 24.1%. La distribución por edad de los emprendedores se ha mantenido relativamente estable en el tiempo y se encuentra acorde lo observado para América Latina.

Además, mientras no se encuentran diferencias entre la edad promedio de los emprendedores y quienes no poseen negocios (35 años en ambos casos), los dueños de negocios establecidos son en promedio mayores (43 años). (INEC, 2016; GEM, 2014; SRI, 2016)

### **Educación**

La composición de los emprendedores según su nivel de educación fue similar a la observada el año anterior: un 39.4% solo completó la primaria y un 25.2% terminó sus estudios secundarios. Se destaca que se ha mantenido la proporción de emprendedores que han terminado su educación terciaria (13.9%) que incrementó el año anterior desde un 6% en el 2012.

Es interesante mencionar que los emprendedores se encuentran, en promedio, mejor educados en comparación con quienes no poseen negocios, diferencia que se acentúa al comparar con los dueños de negocios establecidos. (INEC, 2016; GEM, 2014; SRI, 2016).

### **Estatus laboral**

Del total de personas que emprendieron un negocio naciente o nuevo, un 54.5% se encontraba auto empleada, mientras un 18.6% se encontraba también empleada por terceros ya sea a tiempo completo o parcial, y un 17.5% estaba dedicado al hogar. Esto

contrasta con lo observado para los dueños de negocios establecidos donde un 92.9% se declaró como auto-empleado.

Así mismo, un 91.8% de los emprendedores con negocios nuevos se declararon como auto-empleados mientras solo un 31.3% de los emprendedores nacientes manifestó lo mismo. Más aun, un 26.9% de los dueños de negocios nacientes se encontraban todavía empleados por terceros, proporción similar a la observada para la población no poseedora de negocios (33.3%). Esto sugiere que los emprendedores nacientes, manejan el riesgo de un nuevo emprendimiento manteniendo la estabilidad de su ocupación actual como empleados. (INEC, 2016; GEM, 2014; SRI, 2016).

### **Ingresos**

La distribución de ingresos de los emprendedores no ha presentado variaciones importantes con respecto a lo observado el año anterior. En particular, la proporción de emprendedores que percibían menos de \$400 mensuales fue de 37.5%, menor al 43.9% observado en los propietarios de negocios establecidos. En cambio, un 21.3% de los emprendedores muestran ingresos superiores a \$800 mensuales, mientras que los propietarios de negocios establecidos en este rango de ingresos, asciende a un 23.7%.

Los emprendedores que perciben más de \$800 mensuales se caracterizan por tener el mayor nivel de educación, además de ser en promedio los más jóvenes. También se observa que para los grupos de emprendedores con mayores ingresos mensuales se reduce la proporción de cierre de negocio en el último año.

Al considerar el grupo de ocupación de los encuestados, se observa que las personas que perciben más de \$800 mensuales tienden a ser una minoría independientemente del grupo de ocupación al que pertenezcan. Dentro de los emprendedores que son auto-empleados o dedicados al hogar, la mayoría perciben ingresos menores a \$400. Para el resto de categorías de ocupación, la mayoría de los emprendedores tiene ingresos de entre \$401 y \$800. (INEC, 2016; GEM, 2014; SRI, 2016).

## **Intención de emprender**

Mide la expectativa de creación de empresa en los próximos tres años. La más alta intención de emprender se da en el grupo de emprendedores, 60% aproximadamente; 43% de quienes no están emprendiendo manifiesta intención de emprender y un 33% de los propietarios de negocios establecidos también.

Entre los emprendedores, las mujeres presentan una intención de emprender más alta que los hombres, mientras que entre los dueños de negocios establecidos el porcentaje de hombres y mujeres que afirman esto es aproximadamente igual (33%). Hasta la educación de nivel medio, la intención de emprender aumenta a medida que avanza el nivel de instrucción, sin embargo, para los últimos niveles (universidad y postgrado) la intención de emprender empieza a decrecer. La proporción de individuos con intención de emprender en promedio es más baja conforme aumenta la edad. A nivel de la región y para quienes no poseen negocio, Ecuador se ubica muy por encima de la media, sin embargo Perú y Chile muestran intenciones de emprender superiores a la de Ecuador. (GEM, 2014).

## **En relación a los factores que fomentarían el emprendimiento los expertos incluyen:**

**Educación y entrenamiento**, mencionan que las universidades están desarrollando el pensamiento creativo y emprendedor, la creación de nuevas universidades y carreras universitarias, mejora en los sistemas educativos y concesión de becas de primer orden, así como la iniciativa de la ciudad de especialización tecnológica Yachay.

**Capacidad para emprender**, mencionan la existencia de motivación y conductas emprendedoras principalmente en los jóvenes, la iniciativa de gremios privados, la formación de redes de aliados institucionales en torno al emprendimiento e innovación, se refieren a una nueva generación de jóvenes emprendedores.

**Políticas de Gobierno**, en este sentido muchos mencionaron las oportunidades que se darían con el cambio de la matriz productiva, políticas de estado orientadas a la atención de sectores innovadores, políticas gubernamentales de apoyo a la investigación en

ciencia y a la tecnología, y “las bondades que sobre este campo pueda ejercer la aplicación del nuevo Código Monetario y Financiero”.

**Contexto político, institucional y social**, en este ámbito mencionan nuevas iniciativas de articulación público, privado y academia, marco legal enfocado para apoyar a emprendedores (ley antimonopolio, código monetario, etc.), Ley de emprendimiento e innovación en discusión, y estabilidad política, monetaria y económica del país. (GEM,2014).

### **Sostenibilidad**

Las definiciones de la sostenibilidad creadas en el principio de los noventa son más específicas respecto a lo que se comprende por el término desarrollo, en cuanto a prestación social, ambiental y económica de servicios. El desarrollo puede ser entendido como un conjunto de saberes que califican una sociedad como avanzada o no y está asociado al crecimiento económico, a la industrialización, a la modernidad, al progreso, a la tecnología, a la ciencia. En teoría, los objetivos del desarrollo son la erradicación de la pobreza y la satisfacción de las necesidades humanas. El desarrollo sostenible se supone que debe satisfacer las necesidades del hombre, integrándose las preocupaciones ambientales que utilicen modelos de producción y consumo que ahorren los recursos naturales que hoy en día se malgastan. Pero el concepto de desarrollo que nuestra sociedad capitalista se encuentra hoy está íntimamente conectado al concepto de crecimiento y principalmente al de crecimiento económico. La idea de crecer se opone a la propuesta de la sostenibilidad, ya que “la teoría del crecimiento es organizada en torno de la cuestión del ahorro y de la inversión, o sea, del juicio de los flujos de consumo en el tiempo”, busca atender a las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas, garantizando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social. (Wandemberg, 2015)

## **Factores claves**

Los factores claves de éxito son los elementos que le permiten al empresario alcanzar los objetivos que se ha trazado y distinguen a la empresa de la competencia haciéndola única.

Para identificar los factores claves de éxito se debe mirar hacia adentro del negocio, saber cuáles son los procesos o características que distinguen su producto o servicio y cuáles son los que debe dominar a plenitud para crear la ventaja competitiva. Esta identificación suele ser fácil en la mayoría de los casos en que el producto o servicio es innovador pero no lo es tanto cuando se entra a un mercado muy competido en el cual la similitud de los procesos, productos y servicios es alta.

Los factores claves de éxito deben traducirse en ventajas competitivas fundamentales que le permitan al proyecto alcanzar los objetivos propuestos. (Lòpez C. , 2002)

## **Factores críticos**

Los Factores Críticos de Éxito (FCE) son, para cualquier negocio, un número limitado de áreas en las cuales los resultados, si son satisfactorios, aseguran el rendimiento competitivo de la empresa. Los FCE son específicos para cada negocio y reflejan las preferencias gerenciales respecto a las variables claves en un determinado momento. Si los resultados en estas áreas no son adecuados los esfuerzos de la organización para concretar sus planes, alcanzar sus objetivos y generar estrategias será menos que deseables.

Si bien un negocio es el resultado de una infinidad de variables, siempre pueden identificarse algunos factores que, por el tipo de emprendimiento o por características particulares del mercado, determinarán que el negocio funcione.

Al incluir los factores críticos de éxito en el plan de negocios, se le está diciendo al destinatario: si esto se cumple, el éxito está garantizado. (Lòpez F. H., 2016)

## **Factores que predicen el éxito o fracaso de cualquier tipo de organización.**

### **El más listo.**

No hay nada más peligroso que un líder que no escucha a los demás, sobre todo si no escucha a los clientes. Este tipo de personas a menudo van de visionarios por la vida, y muchas veces pueden ser incluso carismáticos, pero lo único cierto es esto: cuanto más abierto está el líder o el equipo directivo a escuchar a su entorno, es decir a directivos, trabajadores, clientes, proveedores y mercado, más probabilidades tendrá esa empresa de tener éxito, y viceversa.

### **Foco**

Priorizar las tareas que hacen avanzar a la empresa (foco) es con enorme diferencia, la cualidad más importante de un directivo. Es también la más difícil de adquirir. Si los ejecutivos de una empresa se centran en las tareas que son realmente importantes, la mitad del trabajo está hecho. Si se centran en las que les gustan, o las que les reportarán más beneficios a ellos, esa empresa tiene mal futuro.

### **Empresas de enanos o de gigantes**

Si cada nuevo trabajador de una empresa es más alto que la persona que le contrató, con el tiempo será una empresa de gigantes. Si es al revés, se convertirá en una empresa de enanos. De igual manera, ofrece la libertad necesaria para que la gente con talento se pueda desarrollar profesionalmente en tu empresa: si les das alas te harán volar.

### **Ubicación**

A menudo se dice que parte del secreto del éxito es estar en el lugar adecuado en el momento oportuno. Ubícate cerca de tus clientes o tus proveedores, tendrás una ventaja competitiva desde el primer día. Una ubicación buena no te asegura el éxito, pero una mala es una terrible elección.

### **Dinero.**

Si tu organización tiene recursos suficientes, la mitad del trabajo está hecho, porque podrás equivocarte y rectificar, si sabes que puedes equivocarte sin consecuencias, probablemente cometes muchos más errores.

**Experiencia.**

Hacer algo por primera vez siempre es difícil, y si hablamos de una empresa, más. La curva de aprendizaje de desarrollar una empresa es muy dura, así que si el equipo ha tenido experiencias previas tiene mucho camino recorrido. Recuerda: si no tienes experiencia, rodéate de quien la tenga o trabaja antes para ellos.

**Compromiso.**

Si a tu equipo no le va el trasero en que el proyecto salga bien, malo. Necesitas saber que si algo pasa, podrás contar con ellos a cualquier hora, cualquier día, y que siempre harán lo necesario para dejar las cosas hechas. Puedes tener socios con otros trabajos, pero sólo si son de los que se quitan horas de sueño y descanso para cumplir con los compromisos, y de esos hay muy pocos.

**Un líder.**

Es fundamental que haya una persona tirando del carro, animando, dando ejemplo, marcando una dirección a la organización. Si hay ausencia de liderazgo, o el jefe no está nunca, o es un mal jefe, la organización funcionará peor, todo será más difícil, se perderá talento y habrá más costes.

## **METODO**

El método científico es la estrategia de la investigación para buscar leyes. (Bunge, 2004) Es utilizado en el área de la ciencia para ampliar y verificar conocimientos sobre una materia. (Samperi,2006).

El proyecto de investigación, ayudará a obtener nuevos conocimientos referentes a los diversos factores de sostenibilidad, en los emprendimientos del Cantón San Miguel de Bolívar, verificando y comprobando conocimientos establecidos en investigaciones previas, basándose en teorías científicas.

### **Investigación de Campo**

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna. (G Arias, 2012)

En la investigación de campo, se realizó un detallado estudio de los emprendimientos del Cantón San Miguel de Bolívar, el cual permite hacer un análisis global sobre los factores o características que se proyectaron, y así determinar en la investigación, el lugar donde se dieron o suscitaron los hechos receptando la información prioritaria mediante el uso correcto de las técnicas de exploración.

### **Investigación Exploratoria**

La investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos. (G Arias, 2012)

La investigación previa dio a conocer una visión más amplia sobre el problema de estudio, colaborando así con la respectiva estructura de la encuesta utilizada para la recolección de datos, ya que a través de los siguientes datos como son: género, edad,

escolaridad, entre otros, se obtuvo óptima información, para realizar una investigación más completa, estableciendo prioridades y nuevos conceptos para investigaciones futuras.

### **La investigación cualitativa**

La investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas. ( Blasco Mira & Pérez Turpín , 2007)

Este enfoque cualitativo representado en el proyecto sobre los emprendimientos, busca analizar y determinar las características y cualidades que poseen los diferentes grupos de personas que se dedican a la actividad emprendedora del cantón San Miguel, logrando que el potencial de análisis sea mucho más eficiente para su fácil interpretación y comprensión.

### **La investigación cuantitativa**

Usa recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento. (Samperi, METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN, 2006).

### **Técnicas e instrumentos para la obtención de datos**

#### **Encuestas**

La encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas. (Livio, 2006).

Esta herramienta es totalmente factible ya que permite obtener información eficiente relacionada con los resultados esperados, la encuesta se dividió en tres segmentos o tipos los mismos que son, encuestas a personas que desean emprender, personas que poseen un emprendimiento y a personas que fracasaron en sus emprendimientos, teniendo así un estudio detallado de la población de estudio.

## **Universo y Muestra**

### **Universo**

En la presente investigación ejecutada en el Cantón San Miguel de Bolívar, se dividió en tres grupos respectivamente para aplicar la muestra.

- En la base de datos del SRI se recepto la población de estudio, catastro de patentes del 2016, para aplicar el primer tipo de encuesta (poseen), que es de 2.335 emprendimientos registrados los cuales tienen negocios propios, su nivel de escolaridad varía desde primario hasta superior y sus edades intervalan de 20 a 82 años de edad.
- Para la segunda muestra y tipo de encuesta (desean), el universo se tomó de la página del INEC 2010, la PEA ( población económicamente activa) la cual es de 10.065 habitantes los mismos que desean tener negocios propios, su nivel de escolaridad varía desde primario hasta superior
- Para la tercera muestra y tipo de encuesta (fracasan), se toma como población de estudio la información obtenida en la base de datos del Gobierno Municipal del Cantón San Miguel en base a las patentes del 2015, los negocios con fecha de suspensión definitiva en este caso son 218 negocios cerrados, el nivel de escolaridad de los propietarios varía desde primario hasta superior y sus edades están en el intervalo de 20 a 75 años de edad.

## **Muestra**

Para determinar el tamaño idóneo de la muestra en San Miguel de Bolívar, se trabajó con la siguiente fórmula, ya que es una fórmula direccionada a poblaciones finitas, es decir cuando se conoce la cantidad exacta de la población de estudio.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2(N-1) + Z^2 * P * Q} \quad (\text{Torres Bernal, 2010}).$$

n= Tamaño de la muestra.

Z<sup>2</sup>= Nivel de confianza.

P= Característica de estudio que posee la población.

Q= Característica de estudio que no posee la población.

N= Población de estudio

E= Error de estimación.

**Cálculo de la muestra, para realizar encuestas a las personas que desean realizar un emprendimiento.**

$n=?$

$Z^2= 90\% = 1,65$  .Es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 90% de confianza nos da una constante de 1,65.

$P= 0,90$ . Es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio, Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que  $p=0,90$  es la opción más segura.

$Q= 1-0,90= 0,10$  .Es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es  $1-p$ .

$N= 10.065$ . Es el tamaño de la población de estudio

$E= 3\% = 0,03$ . Es el error muestral deseado, ya que es una investigación de carácter social por lo que este error puede tomarse entre 3% y 5%.

Sustituyendo los valores en la formula

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2 (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$
$$n = \frac{(1.65)^2 * (0.90) * (0.10) * 10.065}{((0.03)^2 * (10.065 - 1)) + (1.65)^2 * (0.90) * (0.10)}$$

$$n = \frac{(2.7225) * (905.85)}{(0.0009) * (10.064) + (0.245025)}$$

$$n = \frac{2466.176625}{9.302625}$$

$n = 265$ .

**R//** Se debe realizar 265 encuestas a las personas que desean emprender.

**Cálculo de la muestra, para realizar encuestas a las personas que poseen un emprendimiento.**

$n=?$

$Z^2= 90\% = 1,65$  .Es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 90% de confianza nos da una constante de 1,65.

$P= 0,90$ . Es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio, Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que  $p=0,90$  es la opción más segura.

$Q= 1-0,90= 0.10$  .Es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es  $1-p$ .

$N= 2.335$  Es el tamaño de la población de estudio.

$E= 3\% = 0,03$ . Es el error muestral deseado, ya que es una investigación de carácter social por lo que este error puede tomarse entre 3% y 5%.

Sustituyendo los valores en la formula

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2 (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$
$$n = \frac{(1.65)^2 * (0.90) * (0.10) * 2.335}{((0.03)^2 * (2.335 - 1)) + (1.65)^2 * (0.90) * (0.10)}$$

$$n = \frac{(2.7225) * (210.15)}{(0.0009) * (2.334) + (0.245025)}$$

$$n = \frac{572.133375}{2.345625}$$

$n = 244$ .

**R//** Se debe realizar 244 encuestas a las personas que poseen emprendimientos.

**Cálculo de la muestra, para realizar encuestas a las personas que fracasaron en sus emprendimientos.**

$n=?$

$Z^2= 90\% = 1,65$  .Es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 90% de confianza nos da una constante de 1,65.

$P= 0,50$ . Es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio, Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que  $p=q= 0,50$  es la opción más segura.

$Q= 1-0,50= 0,50$  .Es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es  $1-p$ .

$N= 218$ .Es el tamaño de la población de estudio.

$E= 3\% = 0,03$ . Es el error muestral deseado, ya que es una investigación de carácter social por lo que este error puede tomarse entre 3% y 5%.

Sustituyendo los valores en la formula

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2 (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{(1.65)^2 * (0.50) * (0.50) * 218}{((0.03)^2 * (218 - 1)) + (1.65)^2 * (0.50) * (0.50)}$$

$$n = \frac{(2.7225) * (54.5)}{(0.0009) * (217) + (0.680625)}$$

$$n = \frac{148.3765}{0.875925}$$

$n = 169$ .

**R//** Se debe realizar 169 encuestas a las personas que fracasaron en sus emprendimientos, de las cuales se pudo aplicar a 115 personas por cuestiones externas.

## RESULTADOS

Luego de haber realizado los respectivos análisis en los tres tipos de encuestas aplicadas a la población de estudio, dentro de sus valoraciones, se identificó la afinidad por diversos factores de sostenibilidad que inciden en los emprendimientos, los cuales fueron expuestos a las personas pertenecientes a diferentes parroquias del cantón, reflejando como resultado los siguientes factores:

Factores que inciden en la sostenibilidad de emprendimientos.

- No asociarse con otras personas.
- Capacidad para comunicar, convencer y vender.
- La perseverancia o constancia.
- La capacidad de negociación
- La resignación, el sacrificio y la entrega total con su emprendimiento
- La innovación
- Venta al por menor de otros productos en comercio especializado
- Poseer conocimiento previo de la actividad que realizan
- La calidad de los productos
- Velocidad de la atención de los proveedores
- La cantidad necesaria de abastecimiento por parte de los proveedores
- Precios de los productos proveídos
- Flexibilidad de acuerdo a la necesidad del cliente
- Reconocimiento en el mercado de sus proveedores
- Mantenerse en el Cantón San Miguel
- Promoción de los productos y/o servicios por Cuenta Propia
- La calidad en la atención al cliente
- La reputación personal y seriedad
- La garantía que ofrece
- La calidad del producto o servicio
- Precios competitivos
- Iniciar con Ahorros Propios

## Valoración De Los Factores Claves Y Críticos En Los Emprendimientos

Desean

**Tabla 1**

*Evaluación para iniciar un emprendimiento*

FACTORES		VALORACIÓN										
		0,03		0,08		0,13		0,26		0,5		1
		No y Mal		Regular		Bien		Muy Bien		Excelente		
1.1	Capacidad de compromiso con Usted mismo y su familia	0	0	0	0	68	8,84	131	34,1	66	33	75,9
1.2	Resignación , sacrificio y entrega total para iniciar la tarea	0	0	0	0	64	8,32	129	33,5	72	36	77,9
1.3	Percepción del riesgo que puede contraer	0	0	1	0,08	55	7,15	141	36,7	68	34	77,9
1.4	Capacidad para comunicar, convencer y vender	0	0	1	0,08	86	11,2	133	34,6	45	22,5	68,3
1.5	Destreza en matemática (sumas, restas, divisiones, multiplicaciones)	0	0	3	0,24	85	11,1	132	34,3	45	22,5	68,1
1.6	Maneja la creatividad	0	0	2	0,16	85	11,1	127	33	45	22,5	66,7
1.7	Valora asociarse con otra(s) persona(s)	0	0	1	0,08	83	10,8	135	35,1	46	23	69
1.8	Le agrada liderar a grupos de trabajo	0	0	1	0,08	100	13	127	33	37	18,5	64,6
1.9	¿Cómo es su capacidad de negociación?	0	0	2	0,16	82	10,7	125	32,5	56	28	71,3
1.10	¿Es innovador?	0	0	0	0	75	9,75	110	28,6	80	40	78,4
1.11	¿Es perseverante?	0	0	0	0	67	8,71	114	29,6	84	42	80,4
1.12	Conoce leyes, regulaciones y otros documentos sobre emprendimiento.	0	0	0	0	68	8,84	107	27,8	90	45	81,7

*Fuente: Encuesta aplicada*

*Elaborado por: Las autoras*

## **Análisis**

Luego de haber realizado las valoraciones para evaluar los factores claves y críticos se denota que la mayoría de personas tiene conocimiento de leyes regulaciones y otros documentos sobre emprendimiento, también son perseverantes, lo cual son factores claves para el desarrollo de nuevos emprendimientos y fortalecimiento económico y social, mientras que se considera como factor crítico que a muchas personas que desean emprender no les agrada mucho liderar grupos de trabajo, si este factor no lo mejoran a tiempo estarían en un error al iniciar un emprendimiento.

**Tabla 2***Evaluación de los potenciales proveedores*

FACTORES		VALORACIÓN										
		0,03		0,08		0,13		0,26		0,50		1
		No y Conoce poco		Tiene alguna referencia		Conoce de manera aceptable		Muy Buenas referencias		Excelentes referencias		
5.1	Precios	3	0,09	15	1,2	65	8,45	113	29,38	69	34,5	73,62
5.2	Cantidad	4	0,12	7	0,56	64	8,32	109	28,34	81	40,5	77,84
5.3	Calidad de la atención	3	0,09	8	0,64	72	9,36	115	29,9	67	33,5	73,49
5.4	Calidad de los productos	0	0	10	0,8	91	11,83	114	29,64	50	25	67,27
5.5	Flexibilidad a nuestras necesidades	2	0,06	23	1,84	92	11,96	117	30,42	31	15,5	59,78
5.6	Variedad de productos	0	0	19	1,52	108	14,04	104	27,04	34	17	59,6
5.7	Relación precio – volumen de compra	0	0	43	3,44	119	15,47	73	18,98	30	15	52,89
5.8	Reconocimiento en el mercado	2	0,06	35	2,8	123	15,99	75	19,5	30	15	53,35
5.9	Velocidad de la atención	1	0,03	39	3,12	120	15,6	81	21,06	24	12	51,81
5.10	Cumplimiento de plazos de entrega Stock	0	0	31	2,48	127	16,51	75	19,5	32	16	54,49
5.11	Garantías	2	0,06	26	2,08	128	16,64	78	20,28	31	15,5	54,56

*Fuente: Encuesta aplicada*  
*Elaborado por: Las Autoras*

## **Análisis**

Luego de haber realizado las valoraciones para evaluar los factores claves y críticos se da a conocer que la mayoría de personas conoce los precios y cantidad de productos que los proveedores les están dispuestos a entregar cuando vayan a realizar su emprendimiento considerándose como factor clave para un buen desarrollo económico, mientras que algunas personas dudan de la velocidad de atención que les brinden sus proveedores.

**Tabla 3***Evaluación de los aspectos que lo diferencia de la competencia*

FACTORES		VALORACIÓN										1
		0,03		0,08		0,13		0,26		0,50		
		No y Muy por debajo		Ligeramente bajo		Casi iguales		Mucho mejor		Superior por mucho		
9.1	Calidad del producto o servicio	80	2,4	133	10,64	52	6,76	1	0,26	79	39,5	59,56
9.2	Calidad en la atención al cliente	62	1,86	135	10,8	68	8,84	0	0	62	31	52,5
9.3	Presentación del producto	79	2,37	121	9,68	65	8,45	1	0,26	78	39	59,76
9.4	Imagen del negocio	80	2,4	131	10,48	54	7,02	2	0,52	78	39	59,42
9.5	Precios competitivos	82	2,46	125	10	58	7,54	0	0	82	41	61
9.6	Exclusividad	72	2,16	124	9,92	69	8,97	1	0,26	71	35,5	56,81
9.7	Valor agregado	63	1,89	129	10,32	73	9,49	1	0,26	62	31	52,96
9.8	tu reputación personal y seriedad	54	1,62	128	10,24	83	10,79	1	0,26	53	26,5	49,41
9.9	Servicio de postventa	67	2,01	119	9,52	79	10,27	1	0,26	66	33	55,06
9.10	garantía a ofrecer	62	1,86	123	9,84	80	10,4	1	0,26	61	30,5	52,86

*Fuente: Encuesta aplicada**Elaborado por: Las autoras*

## **Análisis**

Una vez que se ha dado valoraciones a los resultados de dichas encuestas aplicadas, se da a conocer que la mayoría de personas se identifican totalmente que la calidad del producto o servicio que van a ofertar al igual que la manera en que el producto va a ser presentado los diferenciara notablemente de la competencia considerándose como un factor clave de éxito, a diferencia de la reputación personal y seriedad con la que cuentan sus proveedores ya que antes no han tenido ningún tipo de negociación por ende se considera un factor crítico.

**Tabla 4***Evaluación de las vías de financiamiento para iniciar un emprendimiento*

FACTORES		VALORACIÓN										
		0,03		0,08		0,13		0,26		0,50		1
		No sé y Jamás		Lo pensaré		Es posible		Es factible		Muy factible		
11.1	Ahorros propios	0	0	14	1,12	94	12,22	121	31,46	41	20,5	65,3
11.2	Ahorros de familiares y/o amigos	54	1,62	89	7,12	88	11,44	38	9,88	23	11,5	41,56
11.3	Prestamistas particulares	62	1,86	86	6,88	110	14,3	37	9,62	1	0,5	33,16
11.4	Crédito de Cooperativa	0	0	0	0	49	6,37	86	22,36	94	47	75,73
11.5	Créditos bancarios Privados	182	5,46	88	7,04	72	9,36	10	2,6	4	2	26,46
11.6	Créditos bancarios Estatales	107	3,21	79	6,32	59	7,67	14	3,64	6	3	23,84
11.7	Otras.	255	7,65	0	0	4	0,52	5	1,3	3	1,5	10,97

*Fuente: Encuesta aplicada**Elaborado por: Las autoras***Análisis**

Una vez que se ha dado valoraciones a los resultados de dichas encuestas aplicadas, se da a conocer que la mayoría de personas se identifican totalmente que la realización de créditos en cooperativas les resultara más cómodo y rápido para iniciar su negocio por ende se le considera como un factor clave y los créditos estatales son considerados como factor crítico luego de las respectivas valoraciones basadas en las respuestas de la población de estudio.

**Poseen**

**Tabla 5**

*Evaluación de las capacidades de emprendimiento*

FACTORES		VALORACIÓN										
		0,03		0,08		0,13		0,26		0,50		1
		No y Mal		Regular		Bien		Muy Bien		Excelente		
1.1	Capacidad de compromiso con Usted mismo y su familia	1	0,03	0	0	46	5,98	84	21,84	113	56,5	84,35
1.2	Resignación , sacrificio y entrega total para iniciar la tarea	2	0,06	5	0,4	30	3,9	75	19,5	132	66	89,86
1.3	Percepción del riesgo que puede contraer	3	0,09	5	0,4	44	5,72	74	19,24	118	59	84,45
1.4	Capacidad para comunicar, convencer y vender	1	0,03	0	0	20	2,6	110	28,6	113	56,5	87,73
1.5	Destreza en matemática (sumas, restas, divisiones, multiplicaciones)	0	0	1	0,08	35	4,55	129	33,54	79	39,5	77,67
1.6	Maneja la creatividad	2	0,06	4	0,32	37	4,81	127	33,02	74	37	75,21
1.7	Valora asociarse con otra(s) persona(s)	86	2,58	10	0,8	37	4,81	75	19,5	36	18	45,69
1.8	Le agrada liderar a grupos de trabajo	5	0,15	9	0,72	76	9,88	95	24,7	59	29,5	64,95
1.9	¿Cómo es su capacidad de negociación?	2	0,06	10	0,8	62	8,06	96	24,96	74	37	70,88
1.10	¿Es innovador?	8	0,24	22	1,76	63	8,19	92	23,92	59	29,5	63,61
1.11	¿Es perseverante?	2	0,06	21	1,68	55	7,15	99	25,74	67	33,5	68,13
1.12	Conoce leyes, regulaciones y otros documentos sobre emprendimiento.	6	0,18	35	2,8	62	8,06	73	18,98	68	34	64,02

*Fuente: Encuesta aplicada*

*Elaborado por: Las Autoras*

## **Análisis**

Luego de haber realizados a distintas valoraciones de acuerdo a la importancia de cada factor se verifica que la mayoría de personas que poseen negocio en el cantón San Miguel tienen resignación sacrificio y entrega total para iniciar sus tareas diarias considerándose como un factor clave al igual que su capacidad para comunicar convencer y vender, ya que a diario ponen sus estrategias en práctica, mientras no consideran necesario asociarse con otras personas debido a que no tienen la misma actitud frente al trabajo.

**Tabla 6***Evaluación de sus proveedores actuales*

FACTORES		VALORACIÓN										
		0,03		0,08		0,13		0,26		0,50		1
		No e Ineficientes		Regulares		Buenos		Muy Buenos		Excelentes		
5.1	Precios	0	0	0	0	33	4,29	130	33,8	81	40,5	78,59
5.2	Cantidad	0	0	0	0	24	3,12	126	32,76	94	47	82,88
5.3	Calidad de la atención	0	0	9	0,72	30	3,9	112	29,12	93	46,5	80,24
5.4	Calidad de los productos	0	0	0	0	28	3,64	148	38,48	68	34	76,12
5.5	Flexibilidad a nuestras necesidades	0	0	6	0,48	47	6,11	137	35,62	54	27	69,21
5.6	Variedad de productos	4	0,12	2	0,16	56	7,28	141	36,66	41	20,5	64,72
5.7	Relación precio – volumen de compra	11	0,33	8	0,64	74	9,62	113	29,38	38	19	58,97
5.8	Reconocimiento en el mercado	2	0,06	7	0,56	71	9,23	104	27,04	60	30	66,89
5.9	Velocidad de la atención	3	0,09	18	1,44	84	10,92	96	24,96	43	21,5	58,91
5.10	Cumplimiento de plazos de entrega Stock	15	0,45	24	1,92	95	12,35	74	19,24	36	18	51,96
5.11	Garantías	5	0,15	24	1,92	77	10,01	101	26,26	37	18,5	56,84

*Fuente: Encuesta aplicada**Elaborado por: Las Autoras*

## **Análisis**

Las valoraciones realizadas arrojan lo siguiente; la mayoría de personas están totalmente de acuerdo con la cantidad y calidad de atención por parte de sus proveedores al momento de entregarles el producto que ha sido ofertado, por este hecho se ha considerado factor clave para el éxito del negocio, mientras algunas personas piensan que pocos de los proveedores que ellos han tenido han sido impuntuales en los plazos de entrega Stock considerándose como un factor crítico.

**Tabla 7***Evaluación de los aspectos que lo diferencian de la competencia*

FACTORES		VALORACIÓN										
		0,03		0,08		0,13		0,26		0,50		1
		No y Muy por debajo		Ligeramente bajo		Casi iguales		Mucho mejor		Superior por mucho		
9.1	Calidad del producto o servicio	1	0,03	0	0	21	2,73	91	23,66	131	65,5	91,92
9.2	Calidad en la atención al cliente	0	0	0	0	20	2,6	83	21,58	141	70,5	94,68
9.3	Presentación del producto	0	0	0	0	25	3,25	90	23,4	129	64,5	91,15
9.4	Imagen del negocio	0	0	0	0	20	2,6	117	30,42	106	53	86,02
9.5	Precios competitivos	0	0	1	0,08	42	5,46	111	28,86	90	45	79,4
9.6	Exclusividad	2	0,06	4	0,32	58	7,54	101	26,26	79	39,5	73,68
9.7	Valor agregado	4	0,12	10	0,8	62	8,06	84	21,84	84	42	72,82
9.8	tu reputación personal y seriedad	0	0	16	1,28	55	7,15	73	18,98	100	50	77,41
9.9	Servicio de postventa	12	0,36	39	3,12	72	9,36	57	14,82	64	32	59,66
9.10	garantía a ofrecer	7	0,21	35	2,8	65	8,45	71	18,46	66	33	62,92

*Fuente: Encuesta aplicada**Elaborado por: Las Autoras*

## **Análisis**

Una vez que se ha dado valoraciones a los resultados de dichas encuestas aplicadas, se da a conocer que la mayoría de personas piensan que la calidad de atención que brindan a sus clientes es totalmente idónea y certera a diferencia de su competencia consideran contar con los suficientes valores para que el cliente vuelva considerándose como un factor clave para que su negocio siga mejorando y evitar totalmente el declive, mientras que pocas personas no están de acuerdo con el servicio postventa ya que incurrirían en gastos y esto disminuiría sus ganancias considerándose como factor crítico.

**Tabla 8***Evaluación de las vías de financiamiento que utilizó*

FACTORES		VALORACIÓN										
		0,03		0,08		0,13		0,26		0,50		1
		No y Regular		Buena		Importante		Muy importante		La ideal		
11.1	Ahorros propios	0	0	1	0,08	10	1,3	62	16,12	171	85,5	103
11.2	Ahorros de familiares y/o amigos	14	0,42	27	2,16	76	9,88	74	19,24	53	26,5	58,2
11.3	Prestamistas particulares	48	1,44	50	4	82	10,66	36	9,36	28	14	39,46
11.4	Crédito de Cooperativa	0	0	1	0,08	11	1,43	67	17,42	165	82,5	101,43
11.5	Créditos bancarios Privados	53	1,59	51	4,08	63	8,19	60	15,6	17	8,5	37,96
11.6	Créditos bancarios Estatales	77	2,31	68	5,44	59	7,67	28	7,28	12	6	28,7
11.7	Otras.	177	5,31	10	0,8	27	3,51	20	5,2	10	5	19,82

*Fuente: Encuesta aplicada**Elaborado por: Las Autoras*

## **Análisis**

Las valoraciones reflejaron que las personas prefieren realizarse créditos en cooperativas debido a que cuando iniciaron sus negocios esta opción les resultó satisfactoria dándose a conocer como un factor clave para la creación de nuevos negocios y no están de acuerdo en la realización de créditos bancarios estatales ya que estos requieren muchos trámites y altas tasas de intereses.

**Tabla 9***Evaluación de las acciones para mantener su emprendimiento*

FACTORES		VALORACIÓN										
		0,03		0,08		0,13		0,26		0,50		1
		No es necesario y lo Pensaré		Lo planificaré		Hay que hacerlo		Hay que hacerlo pronto		Lo haré urgentemente		
12.1	Reducir Costos	101	3,03	14	1,12	18	2,34	26	6,76	85	42,5	55,75
12.2	Cambiar de Proveedores	8	0,24	2	0,16	36	4,68	106	27,56	92	46	78,64
12.3	Trabajar con Créditos	39	1,17	6	0,48	42	5,46	100	26	57	28,5	61,61
12.4	Hacer Alianzas	94	2,82	20	1,6	36	4,68	68	17,68	26	13	39,78
12.5	Contratar Asesores	99	2,97	26	2,08	48	6,24	45	11,7	26	13	35,99
12.6	Innovar	16	0,48	19	1,52	61	7,93	100	26	48	24	59,93
12.7	Mantenerse como está	102	3,06	39	3,12	58	7,54	25	6,5	20	10	30,22

*Fuente: Encuesta aplicada**Elaborado por: Las Autoras***Análisis**

Para mantener su emprendimiento la mayoría de personas al pasar los años se han visto obligadas a cambiar de proveedores constantemente para adquirir productos a precios más accesibles y así obtener más ganancias, mientras que algunas personas prefieren quedarse como están, debido a la economía que está pasando dicho cantón.

## Fracasaron

**Tabla 10**

*Evaluación de las capacidades de emprendimiento en el momento del fracaso*

FACTORES		VALORACIÓN										
		0,03		0,08		0,13		0,26		0,50		1
		No y Mal		Regular		Bien		Muy Bien		Excelente		
<b>1.1</b>	Capacidad de compromiso con Usted mismo y su familia	2	0,06	56	4,48	57	7,41	0	0	0	0	11,95
<b>1.2</b>	Resignación , sacrificio y entrega total con su emprendimiento	5	0,15	55	4,4	55	7,15	0	0	0	0	11,7
<b>1.3</b>	Percepción del riesgo asumido hasta el momento	8	0,24	72	5,76	35	4,55	0	0	0	0	10,55
<b>1.4</b>	Capacidad para comunicar, convencer y vender	22	0,66	87	6,96	6	0,78	0	0	0	0	8,4
<b>1.5</b>	Destreza en matemática (sumas, restas, divisiones, multiplicaciones)	35	1,05	48	3,84	32	4,16	0	0	0	0	9,05
<b>1.6</b>	Manejo de la creatividad	80	2,4	35	2,8	0	0	0	0	0	0	5,2
<b>1.7</b>	Se asoció con otra(s) persona(s)	80	2,4	35	2,8	0	0	0	0	0	0	5,2
<b>1.8</b>	Le agrada liderar a grupos de trabajo	77	2,31	37	2,96	1	0,13	0	0	0	0	5,4
<b>1.9</b>	¿Cómo es su capacidad de negociación?	30	0,9	79	6,32	6	0,78	0	0	0	0	8
<b>1.10</b>	¿Es innovador?	46	1,38	68	5,44	1	0,13	0	0	0	0	6,95
<b>1.11</b>	¿Es perseverante?	31	0,93	83	6,64	1	0,13	0	0	0	0	7,7
<b>1.12</b>	Conoce leyes, regulaciones y otros documentos sobre emprendimiento	37	1,11	78	6,24	0	0	0	0	0	0	7,35

*Fuente: Encuesta aplicada*

*Elaborado por: Las autoras*

## **Análisis**

Luego de realizar la respectiva valoración se confirmó que muchos negocios fracasaron debido a que su capacidad de compromiso con ellos mismos y su familia al igual que su resignación sacrificio y entrega en su emprendimiento no fue manejado correctamente, por ende su negocio no tuvo éxito y llegó al declive totalmente convirtiéndose estos factores en factores críticos.

**Tabla 11***Evaluación del comportamiento de proveedores en el momento del fracaso*

VALORACIÓN												
FACTORES		0,03		0,08		0,13		0,26		0,50		1
		No e Ineficiente		Regular		Buenos		Muy Buenos		Excelente		
<b>5.1</b>	Precios	30	0,9	70	5,6	15	1,95	0	0	0	0	8,45
<b>5.2</b>	Cantidad	35	1,05	67	5,36	13	1,69	0	0	0	0	8,1
<b>5.3</b>	Calidad de la atención	46	1,38	66	5,28	3	0,39	0	0	0	0	7,05
<b>5.4</b>	Calidad de los productos	43	1,29	69	5,52	3	0,39	0	0	0	0	7,2
<b>5.5</b>	Flexibilidad a nuestras necesidades	63	1,89	50	4	2	0,26	0	0	0	0	6,15
<b>5.6</b>	Variedad de productos	56	1,68	53	4,24	6	0,78	0	0	0	0	6,7
<b>5.7</b>	Relación precio – volumen de compra	74	2,22	36	2,88	5	0,65	0	0	0	0	5,75
<b>5.8</b>	Reconocimiento en el mercado	60	1,8	15	1,2	40	5,2	0	0	0	0	8,2
<b>5.9</b>	Velocidad de la atención	68	2,04	19	1,52	28	3,64	0	0	0	0	7,2
<b>5.10</b>	Cumplimiento de plazos de entrega Stock	73	2,19	17	1,36	25	3,25	0	0	0	0	6,8
<b>5.11</b>	Garantías	54	1,62	33	2,64	28	3,64	0	0	0	0	7,9

*Fuente: Encuesta aplicada**Elaborado por: Las autoras*

### **Análisis**

Al verificar los resultados de las valoraciones los encuestados respondieron que sus proveedores no tenían reconocimiento en el mercado y por ende el consumidor no compraba debido a la marca del producto, al igual que la flexibilidad a las necesidades los responsabilizaron de no cumplir con las necesidades de ellos como dueños del local convirtiéndose en factores críticos por lo cual se llegó al cierre del emprendimiento.

**Tabla 12***Evaluación de los aspectos que lo diferenciaba de la competencia*

VALORACIÓN												
FACTORES		0,03		0,08		0,13		0,26		0,50		1
		No Y Muy Por Debajo		Ligeramente Bajo		Casi Iguales		Mucho Mejor		Superior Por Mucho		
<b>9.1</b>	Calidad del producto o servicio	12	0,36	49	3,92	54	7,02	0	0	0	0	11,3
<b>9.2</b>	Calidad en la atención al cliente	15	0,45	46	3,68	54	7,02	0	0	0	0	11,15
<b>9.3</b>	Presentación del producto	11	0,33	45	3,6	59	7,67	0	0	0	0	11,6
<b>9.4</b>	Imagen del negocio	19	0,57	44	3,52	52	6,76	0	0	0	0	10,85
<b>9.5</b>	Precios competitivos	38	1,14	66	5,28	11	1,43	0	0	0	0	7,85
<b>9.6</b>	Exclusividad	42	1,26	66	5,28	7	0,91	0	0	0	0	7,45
<b>9.7</b>	Valor agregado	31	0,93	53	4,24	31	4,03	0	0	0	0	9,2
<b>9.8</b>	Tu reputación personal y seriedad	34	1,02	20	1,6	56	7,28	0	0	0	0	9,9
<b>9.9</b>	Servicio de postventa	46	1,38	25	2	12	1,56	0	0	0	0	4,94
<b>9.10</b>	Garantía que ofreces	37	1,11	35	2,8	43	5,59	0	0	0	0	9,5

*Fuente: Encuesta aplicada**Elaborado por: Las autoras*

### **Análisis**

Los encuestados respondieron que su calidad de atención al cliente era casi igual a la de su competencia razón por la cual no tenían un reconocimiento por parte de sus clientes y jamás llegaron a dar servicio postventa a sus clientes justificándose como un gasto más en el que tienen que incurrir.

**Tabla 13***Evaluación de las vías de financiamiento que se utilizó*

FACTORES		VALORACIÓN										
		0,03		0,08		0,13		0,26		0,50		1
		No Y Regular		Buena		Importante		Muy Importante		Ideal		
11.1	Ahorros Propios	28	0,84	76	6,08	11	1,43	0	0	0	0	8,35
11.2	Ahorros de Familiares y/o Amigos	77	2,31	38	3,04	0	0	0	0	0	0	5,35
11.3	Prestamistas Particulares	70	2,1	44	3,52	1	0,13	0	0	0	0	5,75
11.4	Crédito de Cooperativa	17	0,51	66	5,28	32	4,16	0	0	0	0	9,95
11.5	Créditos Bancarios Privados	65	1,95	48	3,84	2	0,26	0	0	0	0	6,05
11.6	Créditos Bancarios Estatales	62	1,86	51	4,08	2	0,26	0	0	0	0	6,2
11.7	Otras	114	3,42	1	0,08	0	0	0	0	0	0	3,5

*Fuente: Encuesta aplicada**Elaborado por: Las autoras***Análisis**

Las vías de financiamiento que utilizaron las personas que fracasaron en sus emprendimientos fueron los créditos realizados en cooperativas siendo este un factor clave para llegar al éxito pero por distintos motivos no realizaron una buena administración y fracasaron.

**Tabla 14***Evaluación de las acciones que realizó para mantener su emprendimiento*

FACTORES		VALORACIÓN										
		0,03		0,08		0,13		0,26		0,50		1
		No Lo Hice Y Creí No Era Necesario		Hubiera Sido Posible		Intente Hacer Algo		Seguro Que Lo Hubiera Hecho		Lo Hubiera Hecho Urgentemente		
12.1	Reducir Costos	8	0,24	43	3,44	64	8,32	0	0	0	0	12
12.2	Cambiar de Proveedores	8	0,24	50	4	57	7,41	0	0	0	0	11,65
12.3	Trabajar con Créditos	25	0,75	67	5,36	23	2,99	0	0	0	0	9,1
12.4	Hacer Alianzas	39	1,17	61	4,88	15	1,95	0	0	0	0	8
12.5	Contratar Asesores	66	1,98	46	3,68	3	0,39	0	0	0	0	6,05
12.6	Innovar	69	2,07	45	3,6	1	0,13	0	0	0	0	5,8
12.7	Mantenerse como está	101	3,03	14	1,12	0	0	0	0	0	0	4,15

*Fuente: Encuesta aplicada**Elaborado por: Las autoras***Análisis**

Para tratar de mantener su negocio decidieron cambiar de proveedores, siendo esta una medida que no se realizó correctamente detectándose muy tarde por lo que fue un punto en contra para seguir surgiendo, además de preferir trabajar con crédito por lo cual entraron en más deudas reduciendo notablemente la cantidad de productos que ofrecían.

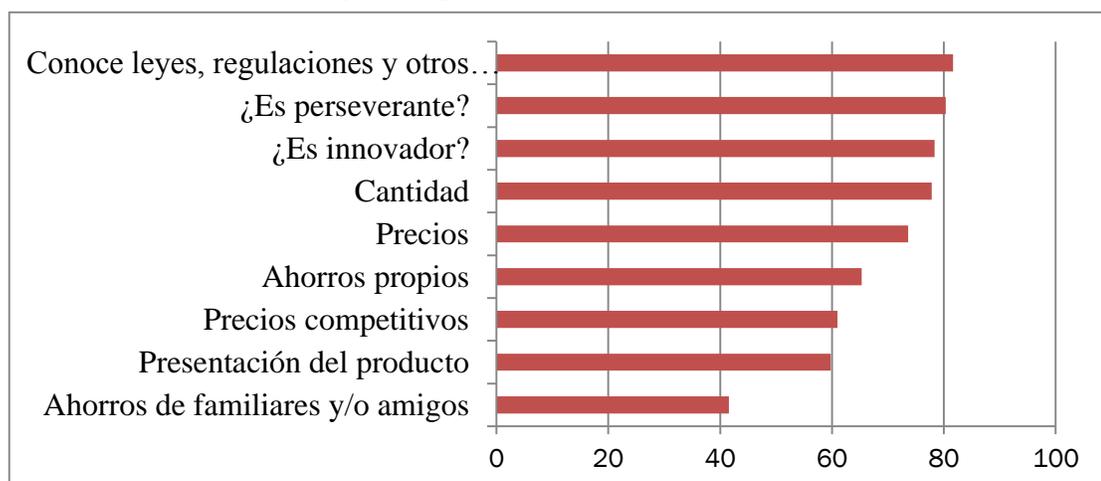
## Determinación de factores claves y críticos.

### Factores Claves

Los Factores Claves de éxito permiten a las personas alcanzar los objetivos que se han trazado, ayudándolos a distinguir de la competencia de diferente manera, se ha plasmado con mayor puntaje dichos factores como respuesta a las encuestas planteadas a la población de estudio, sin dejar a duda la factibilidad de estas características aplicadas en la vida diaria de cada emprendedor en dicho cantón, llegan a considerarse factores claves para el éxito.

### Desean:

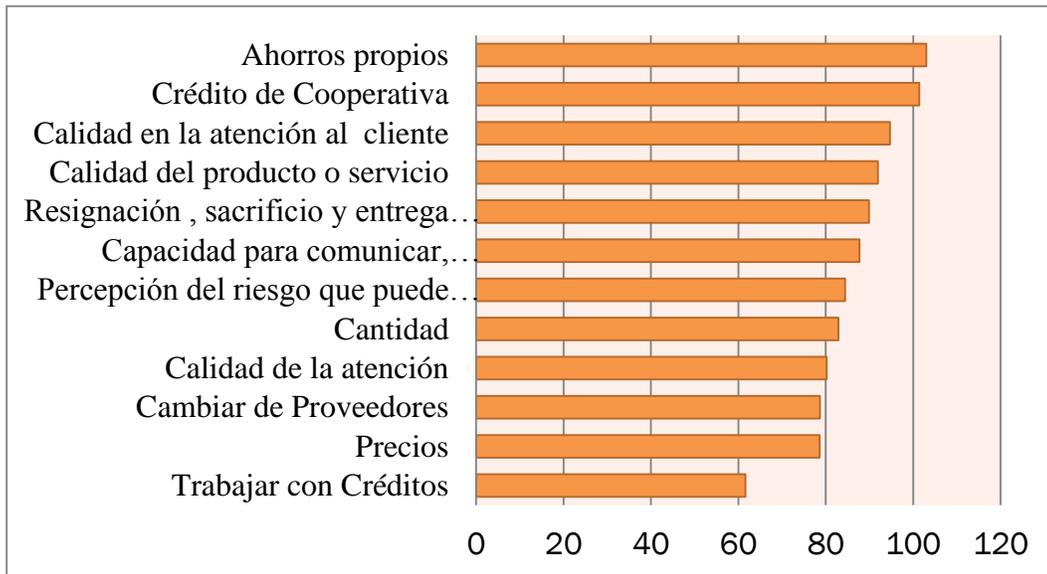
- Conoce leyes, regulaciones y otros documentos sobre emprendimiento.
- ¿Es perseverante?
- ¿Es innovador?
- Cantidad
- Precios
- Ahorros propios
- Precios competitivos
- Presentación del producto
- Ahorros de familiares y/o amigos



**Figura 1.** Factores claves (Desean) en los emprendimientos del Cantón San  
**Fuente:** Encuesta aplicada **Elaborado por:** Las autoras

**Poseen:**

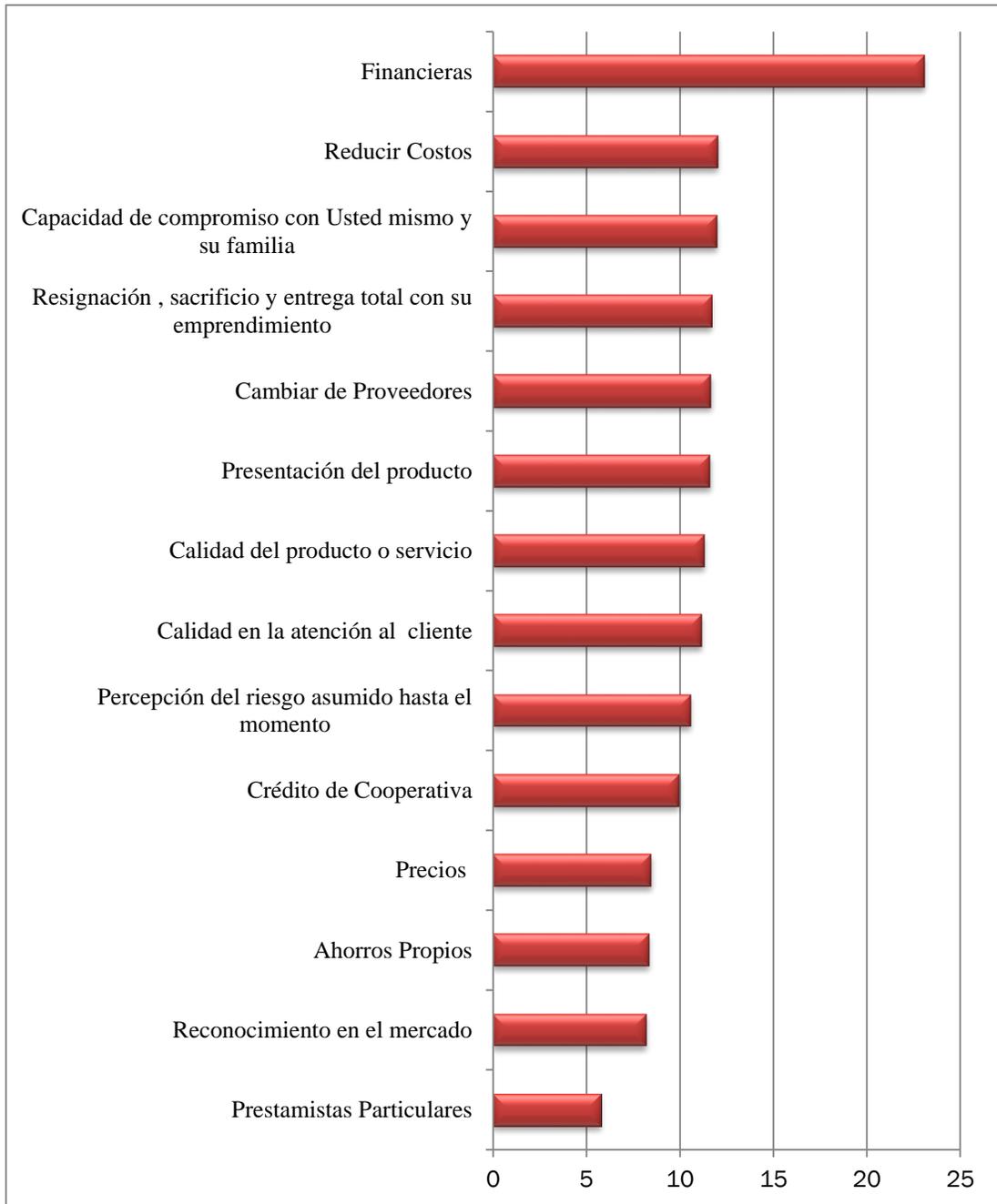
- Ahorros propios
- Crédito de Cooperativa
- Calidad en la atención al cliente
- Calidad del producto o servicio
- Resignación, sacrificio y entrega total para iniciar la tarea
- Capacidad para comunicar, convencer y vender
- Percepción del riesgo que puede contraer
- Cantidad
- Calidad de la atención
- Cambiar de Proveedores
- Precios
- Trabajar con Créditos



**Figura 2.** Factores claves (Poseen) en los emprendimientos del Cantón San Miguel  
**Fuente:** Encuesta aplicada **Elaborado por:** Las autoras

**Fracasaron:**

- Capacidad de compromiso con Usted mismo y su familia
- Resignación, sacrificio y entrega total con su emprendimiento
- Percepción del riesgo asumido hasta el momento
- Precios
- Reconocimiento en el mercado
- Presentación del producto
- Calidad del producto o servicio
- Crédito de Cooperativa
- Ahorros Propios
- Reducir Costos
- Cambiar de Proveedores



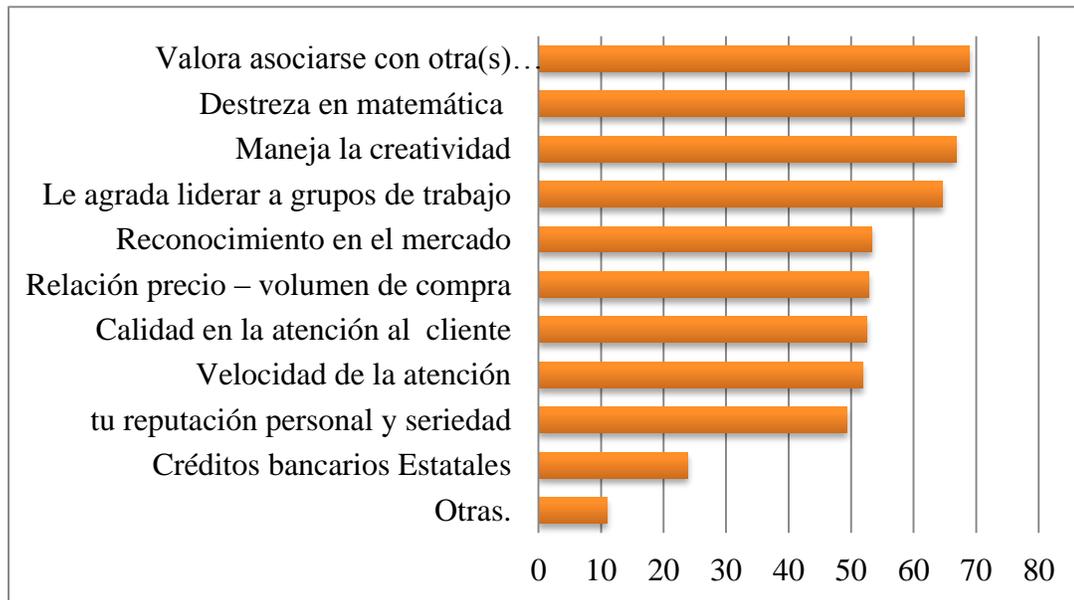
**Figura 3.** Factores claves (Fracasaron) en los emprendimientos del Cantón San  
**Fuente:** Encuesta aplicada **Elaborado por:** Las autoras

## **Factores Críticos**

Si bien es cierto, los Factores Críticos se refieren a las diversas características que posee un emprendimiento o un emprendedor en las cuales se debe tener el mayor cuidado ya que tienen que funcionar correctamente si desean alcanzar los objetivos, caso contrario los llevarán totalmente al declive del emprendimiento, una vez evaluados los factores y revisados las calificaciones, porcentajes optados por los encuestados se llegó a la conclusión que los siguientes factores plasmados son críticos para el éxito o fracaso de una organización cualquiera que sea su tipo o tamaño, siendo estos los que tienen los puntajes más bajos.

### **Desean:**

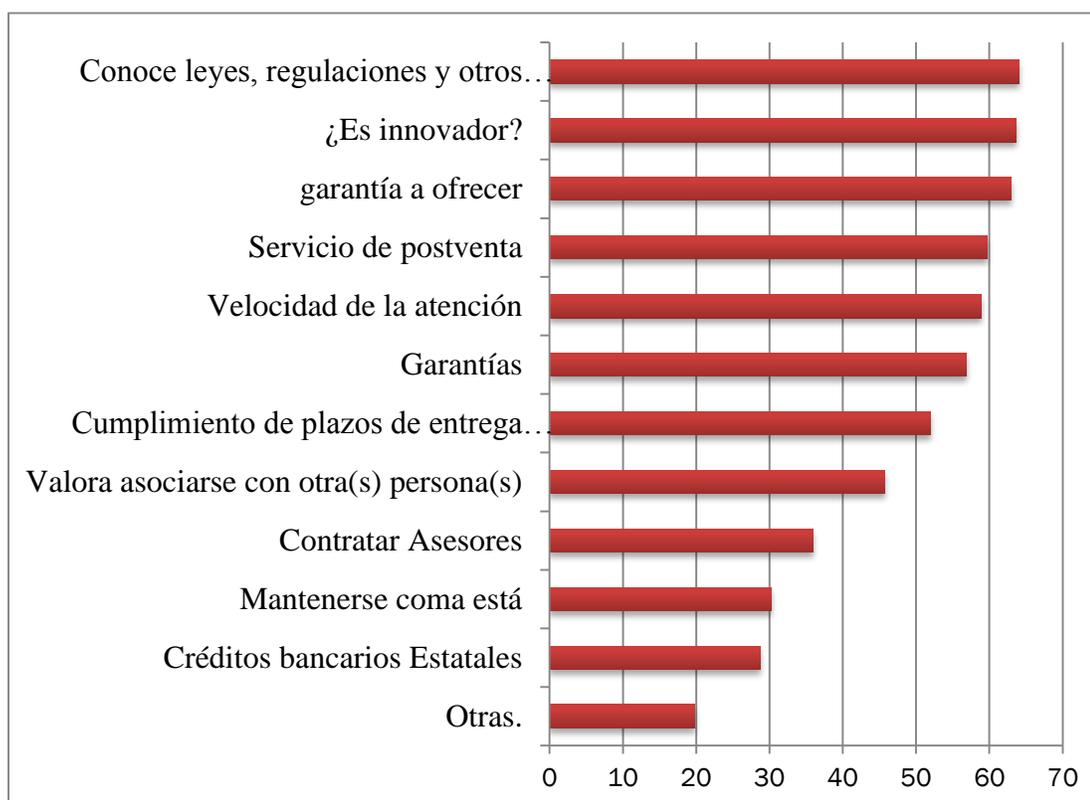
- Destreza en matemática (sumas, restas, divisiones, multiplicaciones)
- Maneja la creatividad
- Le agrada liderar a grupos de trabajo
- Relación precio – volumen de compra
- Velocidad de la atención
- Calidad en la atención al cliente
- Tu reputación personal y seriedad
- Créditos bancarios Estatales
- Otras.



**Figura 4.** Factores críticos (Desean) en los emprendimientos del Cantón San Miguel  
**Fuente:** Encuesta aplicada **Elaborado por:** Las autoras

**Poseen:**

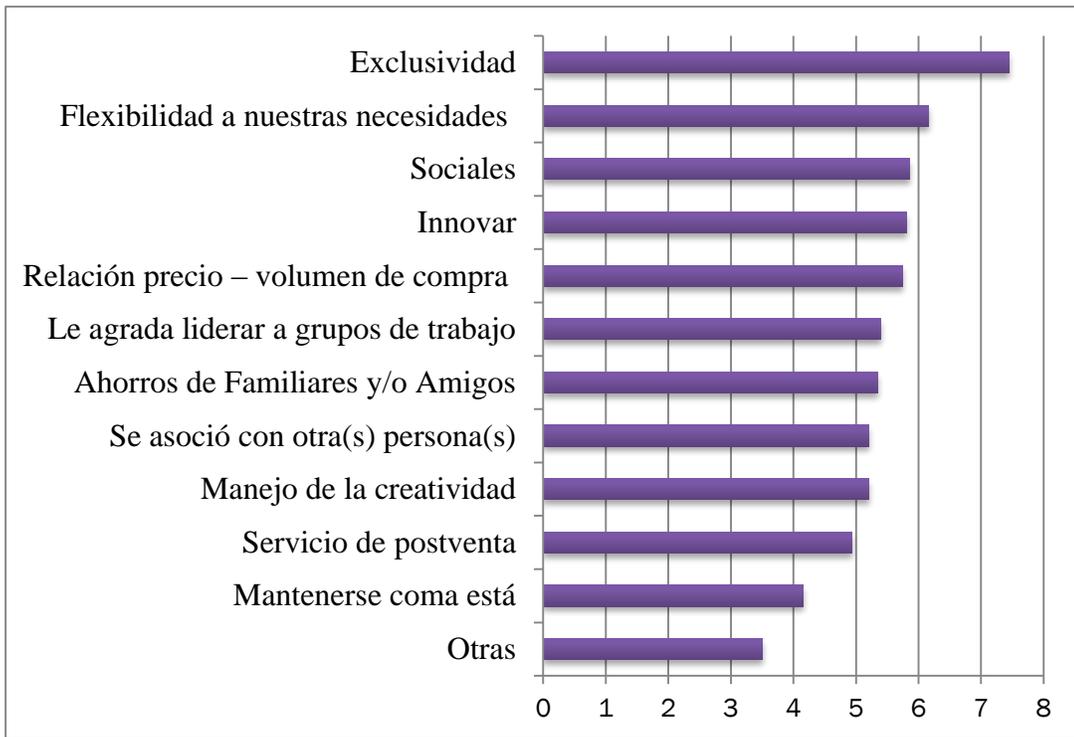
- Conoce leyes, regulaciones y otros documentos sobre emprendimiento.
- ¿Es innovador?
- Valora asociarse con otra(s) persona(s)
- Velocidad de la atención
- Garantías
- Cumplimiento de plazos de entrega Stock
- garantía a ofrecer
- Servicio de postventa
- Créditos bancarios Estatales
- Otras.
- Contratar Asesores
- Mantenerse coma está



**Figura 5.** Factores críticos (Poseen) en los emprendimientos del Cantón San Miguel  
**Fuente:** Encuesta aplicada **Elaborado por:** Las autoras

### **Fracasaron:**

- Le agrada liderar a grupos de trabajo
- Manejo de la creatividad
- Se asoció con otra(s) persona(s)
- Flexibilidad a nuestras necesidades
- Relación precio – volumen de compra
- Exclusividad
- Servicio de postventa
- Ahorros de Familiares y/o Amigos
- Otras
- Innovar
- Mantenerse coma está
- Sociales



**Figura 6.** Factores críticos (Fracasaron) en los emprendimientos del Cantón San Miguel  
**Fuente:** Encuesta aplicada **Elaborado por:** Las autoras

## DISCUSIÓN

### Conclusiones:

- Se han determinado los siguientes factores claves: Conocimiento de leyes, regulaciones y otros documentos sobre emprendimiento, la perseverancia innovación, cantidad, precios, ahorros propios, precios competitivos, presentación del producto, ahorros de familiares o amigos, crédito en cooperativas, calidad en la atención al cliente entre otros, los cuales permitieron a las personas alcanzar los objetivos trazados.
- En el cantón San Miguel de Bolívar con sus respectivas parroquias, se puede percibir que las mujeres tienen mayor capacidad de emprendimiento con un 54% globalmente, se puede verificar que la mayoría de los emprendimientos realizados tienen nivel de escolaridad secundario tanto en hombres como mujeres y los emprendimientos menos realizados son de personas con nivel de escolaridad superior en ambos géneros, se puede plasmar que los hombres que están en el intervalo de 80-84 años de edad tienen menos emprendimientos y los que están en el intervalo de 60-64 años de edad son los que más poseen emprendimientos, referente al género femenino se puede plasmar que las mujeres que están en el intervalo de 70-79 años de edad tienen menos emprendimientos mientras que las mujeres que están en el intervalo de 35-39 años de edad son las que más poseen emprendimientos, se puede percibir que las mujeres tienen mayor deseo de emprender con un 53% frente a los hombres con un 47%, la mayoría de las personas que desean emprender tienen nivel de escolaridad secundario y superior tanto en hombres como mujeres y las personas que menos desean realizar emprendimientos tienen nivel de escolaridad primario tanto en hombres como en mujeres en ambos géneros, referente al género masculino se puede plasmar que los hombres que están en el intervalo de 55-59 años de edad tienen menos deseo de emprender y los hombres que están en el intervalo de 30-34 años de edad son los que más deseo de emprender tienen, referente al género femenino se puede plasmar que las mujeres

que están en el intervalo de 55-59 años de edad tienen menos deseo de emprender, mientras que en el intervalo de 35-39 años de edad son las que más deseo de emprender tienen, se puede percibir que los hombres tienen mayor fracaso en sus emprendimientos con un 51% respectivamente frente al género femenino con un 49%, la mayoría de emprendimientos fracasados son de personas con nivel de escolaridad secundario tanto en hombres como mujeres, mientras que los emprendimientos menos fracasados son de personas con nivel de escolaridad superior en ambos géneros, los hombres que están entre los intervalos de 20-24 y 60-64 años de edad son los que menos han fracasado en sus emprendimientos y los que están en el intervalo de 55-59 años de edad son las que más han fracasado en sus emprendimientos, las mujeres que están entre los intervalos de 30-34 y 70-74 años de edad son las que menos han fracasado en sus emprendimientos y las que están en los intervalos de 35-39 y 55-59 años de edad son las que más han fracasado en sus emprendimientos.

➤ Las personas que desean emprender están conscientes de que la calidad del producto y atención al cliente consideran que va a ser mucho mejor que el de la competencia ya que están seguros de la capacidad para convencer y vender, como de la práctica de valores al momento de brindar su atención, sin dejar de estar conscientes que la presentación del producto la mayoría de veces va a ser igual que la competencia ya que se puede coincidir con los proveedores al igual que la exclusividad, referente la imagen del negocio y a los precios competitivos se determina que las personas desean ser mucho mejor a la de su competencia ya que la imagen depende de gustos y los precios hasta iniciar el negocio pueden realizar varios descuentos, la reputación personal y seriedad, servicio de postventa y garantía que ofrecen, consideran estar mucho mejor que la posible competencia, siendo efectivamente considerable la realización de nuevos emprendimientos.

➤ La mayoría de encuestas por parte del género masculino respondieron que deseaban emprender en la agricultura, ganadería, silvicultura, acuicultura y pesca, no requieren ningún tipo de local ya que poseen terrenos propios para realizar dichas

actividades, seguido de personas que cuentan con casa propia para realizar su emprendimiento lo cual es una muy buena ventaja ya que se evitarían gastos en arriendo y estarían más cerca de sus familias, sin dejar a un lado que la minoría hombres desean invertir incluso en la construcción de un local para poder emprender y tener su propio local comercial.

➤ Se han determinado los siguientes factores críticos: Manejo de la creatividad, velocidad de atención, garantías, flexibilidad a las distintas necesidades, destreza en matemáticas, contratar asesores, le agrada liderar a grupos de trabajo, garantía a ofrecer, mantenerse como esta, entre otros, siendo características que tuvieron que funcionar correctamente para alcanzar el éxito.

➤ En el factor económico se plasma la necesidad que tienen las personas para acceder a un producto ya que si es de primera necesidad los clientes tendrán que pagar por el mismo, pero si no, este producto tendrá que ser lo suficiente innovador para que lo compren y para alcanzar la innovación se deberá realizar créditos en cooperativas o en bancos tanto privados como estatales, luego de realizar las encuestas se obtiene como resultados básicos, que las personas prefieren realizar créditos en cooperativas, que en bancos debido a las tasas de interés y papeleos.

➤ Los factores de éxito que se han captado como respuesta a las encuestas son la capacidad para comunicar, convencer y vender, la perseverancia, el poseer un conocimiento previo e iniciar el negocio con capital propio, esto ayuda de una manera extraordinaria para poder iniciar con su emprendimiento, permanecer con el mismo y evitar el fracaso.

➤ El cantón San Miguel se enfocó en la competencia y oportunidad emprendedora, las tendencias se ven plasmadas en la mayoría de sus emprendimientos pero mas no en su totalidad.

## **Recomendaciones:**

- Concientizar en la sociedad una cultura investigativa desde los primeros niveles de educación hasta los más elevados, siendo promotores del desarrollo económico, político, tecnológico y social, mediante la aplicación de conocimientos obtenidos durante todo el transcurso de la vida y preparación tanto personal como profesional, logrando un verdadero impacto en la solución de problemas que tiene el contexto , mejorando el buen vivir de todas las personas que se desarrollan dentro del cantón estudiado.
- Impulsar a las nuevas ideas de emprendimientos que se dan en la sociedad para que estas no solo queden en ideas o sueños, sino que se realice todos los trámites y esfuerzos necesarios para convertirlos en una realidad, muchas veces desean algo pero tal vez no tengan los conocimientos necesarios, una opción recomendable es asociarse con personas que tengan previos conocimientos sobre lo que se desea hacer, teniendo en cuenta cual es el mercado objetivo, y de esta manera generar nuevas fuentes de empleo pasando de ser empleado a empleador obteniendo ingresos propios, beneficios familiares y sobretodo un desarrollo local y provincial alcanzando su independencia y autorrealización.
- Luego de haber realizado el análisis de los resultados obtenidos y haber identificado los factores que inciden en la sostenibilidad de los emprendimientos, se recomienda a las autoridades del municipio del cantón San Miguel de Bolívar, hacer uso del mismo para beneficio y desarrollo del cantón tanto económico como social.
- Se deben brindar capacitaciones y actualizaciones continuas sobre la sostenibilidad de emprendimientos a los habitantes de dicho cantón, dándoles a conocer que factores los llevaran al éxito y al fracaso de los futuros emprendimientos.
- Que se brinde charlas de motivación para que las personas deseen emprender en sus propios negocios y pierdan el miedo y la inseguridad al fracaso.

- Que se implementen más proyectos de este tipo, por parte de la universidad para que los estudiantes no solo realicen su proyecto como un requisito de graduación, sino para que lo pongan en práctica para su vida diaria y plantear su propio negocio obteniendo buenas utilidades.
- Que se implementen más libros de apoyo para proyectos investigativos en la biblioteca general de la universidad, ya que en varias ocasiones se tiene que acudir a otras bibliotecas o paginas universitarias para poseer información requerida.
- Si se está dispuesto a realizar un nuevo emprendimiento se debe tener resignación, sacrificio y entrega total para iniciar su tarea caso contrario las cosas no fluirán de manera correcta.
- Ser más innovadores al momento de iniciar un nuevo emprendimiento ya que muchos negocios han fracasado por tener el mismo producto que el de la competencia.
- Tener en cuenta de que la existencia de tradición familiar no siempre implica que a usted le va a ir bien en su negocio.
- Evaluar bien qué tipo de proveedores deseo obtener para evitar problemas futuros, ya que si su producto es recibido de buena calidad tendrá un gran desarrollo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Blasco Mira , J. E., & Pérez Turpín , J. A. (2007). *METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN* ,Editorial: Club Universitario.
- Bunge, M. (2004). *La Investigación Científica*. Florida: Siglo Veintiuno Editores.
- Castillo A. (2000). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional*. CHILE, Editores: INTEC.
- G Arias, F. (2012). *El proyecto de investigacion*. Caracas, Editorial: Episteme.
- *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2014)*. Ecuador, Editorial: SENEFELDER.
- *Google Maps*. (s.f.). Recuperado el 7 de julio de 2016, de Google Maps: [www.google.com/ec/maps/@-1.7159491,-79.0559229,8z](http://www.google.com/ec/maps/@-1.7159491,-79.0559229,8z)
- *INEC, 2016; GEM, 2014; SRI, 2016*. (s.f.).
- Libardo, P. (2014). *Gestión del emprendimiento en perspectiva curricular*. Bogotá ,Editorial: publicaciones La Salle .
- Livio, G. (2006). *Encuestas: elementos para su diseño y analisis*. Argentina, Editorial: Encuentro Grupo Editor.
- Lòpez, C. (2002). *Los factores claves de èxito* . Colombia, Editorial : Colombina.
- Lòpez, F. H. (2016). *Catedra de la calidad* . Ecuador, Editorial:Sinergium.
- Samperi, R. H. (2006). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. México, Editorial:McGraw-Hill.
- Torres Bernal, C. A. (2010). *Metodologia de la investigacion* . Colombia tercera edición E - BOOK.
- Varela, R. (2014). *Educación Empresarial basada en competencias empresariales, en currículo y emprendimiento* . Bogotá, Editorial: Publicaciones la Salle .
- Wandemberg, J. (2015). *Desarrollo Económico, Social y Ambiental*. Quito, Editorial Spanish Edition.

## APÉNDICES

### ENCUESTA A PERSONAS QUE DESEAN REALIZAR UN EMPRENDIMIENTO

Estimado Sr.; Sra., Srta.: Por medio de la siguiente encuesta la Universidad Estatal de Bolívar realiza proyectos de investigación que permitan la valoración de las diferentes expectativas e intereses de los ciudadanos con respecto a los emprendimientos y su impacto en la elevación de sus condiciones de vida.

La encuesta es totalmente anónima, solo le solicitamos datos referenciales que nos permitan trabajar tanto por zonas geográficas como por grupos etarios y de géneros.

Agradecemos anticipadamente su sinceridad en las respuestas y el apoyo que nos brinda.

**CANTÓN:** \_\_\_\_\_

**PARROQUIA:** \_\_\_\_\_

**HOMBRE:** \_\_\_ **MUJER:** \_\_\_ **EDAD:** \_\_\_\_\_ **NIVEL DE ESCOLARIDAD:** \_\_\_\_\_

**1.- ¿En qué nivel considera Usted que se encuentra para iniciar un emprendimiento?**

**0: significa NO.** (No sabe, No desea responder, No le interesa)

**1: Mal;**

**2: Regular;**

**3: Bien,**

**4: Muy Bien;**

**5: Excelente**

<b>Características</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Capacidad de compromiso con Usted mismo y su familia						
Resignación , sacrificio y entrega total para iniciar la tarea						
Percepción del riesgo que puede contraer						
Capacidad para comunicar, convencer y vender						
Destreza en matemática (sumas, restas, divisiones, multiplicaciones)						
Maneja la creatividad						
Valora asociarse con otra(s) persona(s)						
Le agrada liderar a grupos de trabajo						
¿Cómo es su capacidad de negociación?						
¿Es innovador?						
¿Es perseverante?						
Conoce leyes, regulaciones y otros documentos sobre emprendimiento.						

2.- En los siguientes tipos de emprendimientos, le agradecemos marque de acuerdo a su interés e importancia.

0: No me interesa;

1: Pudiera evaluarlo;

2: Ligeramente interesante;

3: Quizás lo haga;

4: Me gustaría hacerlo;

5: Definitivamente es mi elección.

Giro del emprendimiento	0	1	2	3	4	5
1. Actividades de servicio de comidas y bebidas						
2. Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabacos en comercios especializados.						
3. Venta al por menor de otros productos en comercio especializado						
4. Venta al por menor en puestos de venta y mercados						
5. Comercio al por mayor , excepto vehículos						
6. Otras actividades de servicios						
7. Venta al por menor no realizada en comercios, puesto de venta o mercados						
8. Actividades de atención de la salud humana y asistencia social						
9. Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas						
10. Actividades en alojamiento						
11. Enseñanza						
12. Actividades financieras y de seguros						
13. Actividades profesionales, científicas y técnicas						
14. Construcción						
15. Industrias manufactureras						
16. Información y Telecomunicaciones						
17. Actividades de servicios administrativos y de apoyo						
18. Actividades inmobiliarias						
19. Agricultura, ganadería, silvicultura, acuicultura ,pesca						
20. Comercialización de productos agrícolas y/o pecuarios						
21. Venta y/o reparación de vehículos						
22. Transporte y almacenamiento						
23. Suministros de electricidad, agua y gas						

3.- ¿Posee algún conocimiento previo de esta actividad que desea realizar?

Sí. \_\_\_\_ No. \_\_\_\_

4.- ¿Existe tradición en su familia sobre este tipo de emprendimiento?

Sí. \_\_\_\_ No. \_\_\_\_

5.- De sus potenciales proveedores, evalúe lo que conozca de ellos:

0: significa NO. (No sabe, No desea responder, No le interesa)

1: Conoce poco;

2: Tiene alguna referencia;

3: Conoce de manera aceptable,

4: Muy Buenas referencias;

5: Excelentes referencias

Elemento	0	1	2	3	4	5
Precios						
Cantidad						
Calidad de la atención						
Calidad de los productos						
Flexibilidad a nuestras necesidades						
Variedad de productos						
Relación precio – volumen de compra						
Reconocimiento en el mercado						
Velocidad de la atención						
Cumplimiento de plazos de entrega Stock						
Garantías						

6.- ¿Realizaría su emprendimiento en la propia Parroquia donde reside?

Sí. \_\_\_\_ No. \_\_\_\_

En caso de contestar **No**, ¿Dónde lo haría?

---

**7.- ¿En qué local físico vendería su producto o brindaría su servicio?**

- Casa propia.
- Casa de un familiar o amigo.
- Local comercial arrendado.
- Local comercial propio.
- Construiremos el local.
- Otro
- No requiero de local

**8.- ¿Cómo promocionará sus productos y/o servicios?**

- Por nuestra propia cuenta (con amigos, familiares, vecinos)
- Publicidad Estática (Vallas, Posters, etc.).
- Publicidad Dinámica (TV, Radio, Prensa escrita, Presentación de productos y/o servicios, panfletos, autos, etc.)
- Redes Sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn, etc.)

**9.- ¿Qué aspecto considera Usted lo diferenciaría de la competencia?**

**0: significa NO. (No sabe, No desea responder, No le interesa)**

**1: Muy por debajo;**

**2: Ligeramente bajo;**

**3: Casi iguales;**

**4: Mucho mejor;**

**5: Superior por mucho**

<b>Factores</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Calidad del producto o servicio						
Calidad en la atención al cliente						
Presentación del producto						
Imagen del negocio						
Precios competitivos						
Exclusividad						
Valor agregado						
tu reputación personal y seriedad						
Servicio de postventa						
garantía a ofrecer						

**10.- Posee alguna idea de lo que le costaría iniciar su emprendimiento:**

\_\_\_ 1.000 - 2.000 USD.

\_\_\_ 2.000 - 4.000 USD.

\_\_\_ 5.000-8.000 USD.

\_\_\_ 8.000-10.000 USD

\_\_\_ Más de 10.000 USD

**11.- Mencione las vías de financiamiento que Usted considere como las más factibles para iniciar el emprendimiento. Valore su importancia de acuerdo al orden de respuestas.**

**0: No sé;**

**1: Jamás;**

**2: Lo pensaré;**

**3: Es posible;**

**4: Es factible;**

**5: Muy factible.**

<b>Vías de financiamiento</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ahorros propios						
Ahorros de familiares y/o amigos						
Prestamistas particulares						
Crédito de Cooperativa						
Créditos bancarios Privados						
Créditos bancarios Estatales						
Otras.						

**12.-Cuál es el factor más relevante que le motivaría a emprender?**

\_\_\_ Existencia de una oportunidad de negocio.

\_\_\_ Necesidad de independencia laboral.

\_\_\_ Necesidad económica.

\_\_\_ Obtención de poder en su comunidad

\_\_\_ Filantropía

**AGRADECEMOS SU COLABORACIÓN.**

## ENCUESTA A PERSONAS QUE POSEEN UN EMPRENDIMIENTO

Estimado Sr.; Sra., Srta.: Por medio de la siguiente encuesta la Universidad Estatal de Bolívar realiza proyectos de investigación que permitan la valoración de las diferentes expectativas e intereses de los ciudadanos con respecto a los emprendimientos y su impacto en la elevación de sus condiciones de vida.

La encuesta es totalmente anónima, solo le solicitamos datos referenciales que nos permitan trabajar tanto por zonas geográficas como por grupos etarios y de géneros.

Agradecemos anticipadamente su sinceridad en las respuestas y el apoyo que nos brinda.

**CANTÓN:** \_\_\_\_\_

**PARROQUIA:** \_\_\_\_\_

**HOMBRE:** \_\_\_ **MUJER:** \_\_\_ **EDAD:** \_\_\_\_\_ **NIVEL DE ESCOLARIDAD:** \_\_\_

**TIEMPO DE EXPERIENCIA EN LA ACTIVIDAD:** \_\_\_\_\_

**1.- ¿En qué nivel considera Usted se encuentran sus capacidades de emprendimiento?**

**0: significa NO.** (No sabe, No desea responder, No le interesa)

**1: Mal;**

**2: Regular;**

**3: Bien,**

**4: Muy Bien;**

<b>Características</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Capacidad de compromiso con Usted mismo y su familia						
Resignación , sacrificio y entrega total con su emprendimiento						
Percepción del riesgo asumido hasta el momento						
Capacidad para comunicar, convencer y vender						
Destreza en matemática (sumas, restas, divisiones, multiplicaciones)						
Manejo de la creatividad						
Se asoció con otra(s) persona(s)						
Le agrada liderar a grupos de trabajo						
¿Cómo es su capacidad de negociación?						
¿Es innovador?						
¿Es perseverante?						
Conoce leyes, regulaciones y otros documentos sobre emprendimiento.						

**5: Excelente**

**2.- ¿Qué tipo de emprendimiento Usted realiza?, ¿Cómo evalúa su comportamiento?**

**0: No sabría decir;**

**1: Muy mal.**

**2: No es lo que esperaba.**

**3: Avanza.**

**4: Marcha Muy Bien;**

**5: Excelente.**

<b>Giro del emprendimiento</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1. Actividades de servicio de comidas y bebidas						
2. Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabacos en comercios especializados.						
3. Venta al por menor de otros productos en comercio especializado						
4. Venta al por menor en puestos de venta y mercados						
5. Comercio al por mayor , excepto vehículos						
6. Otras actividades de servicios						
7. Venta al por menor no realizada en comercios, puesto de venta o mercados						
8. Actividades de atención de la salud humana y asistencia social						
9. Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas						
10. Actividades en alojamiento						
11. Enseñanza						
12. Actividades financieras y de seguros						
13. Actividades profesionales, científicas y técnicas						
14. Construcción						
15. Industrias manufactureras						
16. Información y Telecomunicaciones						
17. Actividades de servicios administrativos y de apoyo						
18. Actividades inmobiliarias						
19. Agricultura, ganadería, silvicultura, acuicultura ,pesca						
20. Comercialización de productos agrícolas y/o pecuarios						
21. Venta y/o reparación de vehículos						
22. Transporte y almacenamiento						
23. Suministros de electricidad, agua y gas						

3.- ¿Poseía algún conocimiento previo de esta actividad que realiza?

Sí. \_\_\_\_ No. \_\_\_\_

4.- ¿Existe tradición en su familia sobre este tipo de emprendimiento?

Sí. \_\_\_\_ No. \_\_\_\_

5.- De sus proveedores actuales, evalúelos en cuanto a:

0: significa NO. (No sabría evaluar, No desea responder)

1: Ineficientes.

2: Regulares.

3: Buenos.

4: Muy Buenos.

5: Excelentes.

Elemento	0	1	2	3	4	5
Precios						
Cantidad						
Calidad de la atención						
Calidad de los productos						
Flexibilidad a nuestras necesidades						
Variedad de productos						
Relación precio – volumen de compra						
Reconocimiento en el mercado						
Velocidad de la atención						
Cumplimiento de plazos de entrega Stock						
Garantías						

6.- ¿Mantendría su emprendimiento en la Parroquia donde actualmente se encuentra?

Sí. \_\_\_\_ No. \_\_\_\_

En caso de contestar **No**, ¿Dónde lo haría?

\_\_\_\_\_

**7.- ¿En qué local se encuentra su emprendimiento?**

- Casa propia.
- Casa de un familiar o amigo.
- Local comercial arrendado.
- Local comercial propio.
- Construiremos el local.
- Otro
- No requiero de local

**8.- ¿Cómo promociona sus productos y/o servicios?**

- Por nuestra propia cuenta (con amigos, familiares, vecinos)
- Publicidad Estática (Vallas, Posters, etc.).
- Publicidad Dinámica (TV, Radio, Prensa escrita, Presentación de productos y/o Servicios, panfletos, autos, etc.)
- Redes Sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn, etc.)

**9.- ¿Qué aspecto considera Usted lo diferencia de la competencia?**

**0: significa NO. (No sabe, No desea responder, No le interesa)**

**1: Muy por debajo.**

**2: Ligeramente bajo.**

**3: Casi iguales.**

**4: Mucho mejor.**

**5: Superior por mucho.**

<b>Factores</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Calidad del producto o servicio						
Calidad en la atención al cliente						
Presentación del producto						
Imagen del negocio						
Precios competitivos						
Exclusividad						
Valor agregado						
tu reputación personal y seriedad						
Servicio de postventa						
garantía que ofreces						

**10.- En estos momentos, sus ingresos mensuales están en el orden de:**

\_\_\_ 1.000 - 2.000 USD.

\_\_\_ 2.000 - 4.000 USD.

\_\_\_ 5.000 - 8.000 USD.

\_\_\_ 8.000 - 10.000 USD

\_\_\_ Más de 10.000 USD

**11.- Mencione las vías de financiamiento que Usted utilizó para iniciar su emprendimiento. Valore la importancia que le confiere:**

**0: No es importante.**

**1: Es Regular.**

**2: Es Buena.**

**3: Es importante.**

**4: Muy importante.**

**5: La ideal.**

<b>Vías de financiamiento</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ahorros propios						
Ahorros de familiares y/o amigos						
Prestamistas particulares						
Crédito de Cooperativa						
Créditos bancarios Privados						
Créditos bancarios Estatales						
Otras.						

**12.- ¿Qué acciones usted realiza para mantener su emprendimiento?**

**0: No lo haría; No es necesario;**

**1: Lo pensaré.**

**2: Lo planificaré.**

**3: Debe hacerse.**

**4: Hay que hacerlo pronto.**

**5: Lo haré urgentemente.**

<b>Factores</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Reducir costos						
Cambiar de proveedores						
Trabajar con créditos						
Hacer alianzas						
Contratar asesores						
Innovar (mejorar oferta de productos o servicios)						
Mantenerse como está						

**13.- ¿Cuál es el factor más relevante que le motivó a emprender?**

\_\_\_ Existencia de una oportunidad de negocio.

\_\_\_ Necesidad de independencia laboral.

\_\_\_ Necesidad económica.

\_\_\_ Obtención de poder en su comunidad

\_\_\_ Filantropía

**AGRADECEMOS SU COLABORACIÓN.**

## ENCUESTA A PERSONAS QUE FRACASARON EN UN EMPRENDIMIENTO

Estimado Sr.; Sra., Srta.: Por medio de la siguiente encuesta la Universidad Estatal de Bolívar realiza proyectos de investigación que permitan la valoración de las diferentes expectativas e intereses de los ciudadanos con respecto a los emprendimientos y su impacto en la elevación de sus condiciones de vida.

La encuesta es totalmente anónima, solo le solicitamos datos referenciales que nos permitan trabajar tanto por zonas geográficas como por grupos etarios y de géneros.

Agradecemos anticipadamente su sinceridad en las respuestas y el apoyo que nos brinda.

**CANTÓN:** \_\_\_\_\_

**PARROQUIA:** \_\_\_\_\_

**HOMBRE:** \_\_\_ **MUJER:** \_\_\_ **EDAD:** \_\_\_\_\_ **NIVEL DE ESCOLARIDAD:** \_\_\_\_\_

**TIEMPO QUE MANTUVO EL EMPRENDIMIENTO:** \_\_\_\_\_

**1.- ¿En qué nivel considera Usted se encontraba su emprendimiento en el momento del fracaso?**

**0: significa NO.** (No sabe, No desea responder, No le interesa)

**1: Mal;**

**2: Regular;**

**3: Bien,**

**4: Muy Bien;**

**5: Excelente**

<b>Características</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Capacidad de compromiso con Usted mismo y su familia						
Resignación , sacrificio y entrega total con su emprendimiento						
Percepción del riesgo asumido hasta el momento						
Capacidad para comunicar, convencer y vender						
Destreza en matemática (sumas, restas, divisiones, multiplicaciones)						
Manejo de la creatividad						
Se asoció con otra(s) persona(s)						
Le agrada liderar a grupos de trabajo						
¿Cómo es su capacidad de negociación?						
¿Es innovador?						
¿Es perseverante?						
Conoce leyes, regulaciones y otros documentos sobre emprendimiento.						

**2.- ¿Qué tipo de emprendimiento Usted poseía?**

<b>Giro del emprendimiento</b>	
1.	Actividades de servicio de comidas y bebidas
2.	Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabacos en comercios especializados.
3.	Venta al por menor de otros productos en comercio especializado
4.	Venta al por menor en puestos de venta y mercados
5.	Comercio al por mayor , excepto vehículos
6.	Otras actividades de servicios
7.	Venta al por menor no realizada en comercios, puesto de venta o mercados
8.	Actividades de atención de la salud humana y asistencia social
9.	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas
10.	Actividades en alojamiento
11.	Enseñanza
12.	Actividades financieras y de seguros
13.	Actividades profesionales, científicas y técnicas
14.	Construcción
15.	Industrias manufactureras
16.	Información y Telecomunicaciones
17.	Actividades de servicios administrativos y de apoyo
18.	Actividades inmobiliarias
19.	Agricultura, ganadería, silvicultura, acuicultura ,pesca
20.	Comercialización de productos agrícolas y/o pecuarios
21.	Venta y/o reparación de vehículos
22.	Transporte y almacenamiento
23.	Suministros de electricidad, agua y gas

**3.- ¿Poseía algún conocimiento previo de esta actividad que realizó?**

Si. \_\_\_\_ No. \_\_\_\_

**4.- ¿Existía tradición en su familia sobre este tipo de emprendimiento?**

Si. \_\_\_\_ No. \_\_\_\_

5.- De sus proveedores, de acuerdo a cómo se comportaron, evalúelos en cuanto a:

0: significa NO. (No recuerda, No desea responder)

1: Ineficientes.

2: Regulares.

3: Buenos.

4: Muy Buenos.

5: Excelentes.

Elemento	0	1	2	3	4	5
Precios						
Cantidad						
Calidad de la atención						
Calidad de los productos						
Flexibilidad a nuestras necesidades						
Variedad de productos						
Relación precio – volumen de compra						
Reconocimiento en el mercado						
Velocidad de la atención						
Cumplimiento de plazos de entrega Stock						
Garantías						

6.- ¿Se mantuvo siempre en su Parroquia?

Sí. \_\_\_\_ No. \_\_\_\_

En caso de contestar **No**, ¿A qué lugar fue?

\_\_\_\_\_

7.- ¿En qué local se encontraba su emprendimiento?

\_\_\_ Casa propia.

\_\_\_ Casa de un familiar o amigo.

\_\_\_ Local comercial arrendado.

\_\_\_ Local comercial propio.

\_\_\_ Construiremos el local.

\_\_\_ Otro

\_\_\_ No hizo falta local

**8.- ¿Cómo promocionaba sus productos y/o servicios?**

\_\_\_ Por nuestra propia cuenta (con amigos, familiares, vecinos)

\_\_\_ Publicidad Estática (Vallas, Posters, etc.).

\_\_\_ Publicidad Dinámica (TV, Radio, Prensa escrita, Presentación de productos y/o servicios , panfletos, autos, etc.)

\_\_\_ Redes Sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn, etc.)

**9.- ¿Qué aspecto considera Usted lo diferenciaba de la competencia?**

**0: significa NO. (No sabe, No desea responder, No le interesa)**

**1: Muy por debajo;**

**2: Ligeramente bajo;**

**3: Casi iguales;**

**4: Mucho mejor;**

**5: Superior por mucho**

<b>Factores</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Calidad del producto o servicio						
Calidad en la atención al cliente						
Presentación del producto						
Imagen del negocio						
Precios competitivos						
Exclusividad						
Valor agregado						
tu reputación personal y seriedad						
Servicio de postventa						
garantía que ofreces						

**10.- ¿Cuáles eran sus ingresos mensuales?**

\_\_\_ 1.000 - 2.000 USD.

\_\_\_ 2.000 - 4.000 USD.

\_\_\_ 5.000 - 8.000 USD.

\_\_\_ 8.000 - 10.000 USD

\_\_\_ Más de 10.000 USD

11.- Mencione las vías de financiamiento que Usted utilizó para iniciar su emprendimiento. Valore su importancia de acuerdo al orden de respuestas asumidos en preguntas anteriores.

0: No sé; No recuerdo.

1: Es Regular.

2: Es Buena.

3: Es importante.

4: Muy importante.

5: La ideal.

Vías de financiamiento	0	1	2	3	4	5
Ahorros propios						
Ahorros de familiares y/o amigos						
Prestamistas particulares						
Crédito de Cooperativa						
Créditos bancarios Privados						
Créditos bancarios Estatales						
Otras.						

12.- ¿Cuál de las siguientes acciones Usted realizó para tratar de mantener su emprendimiento?

0: No lo hice, No sabía.

1: Creí no era necesario.

2: Hubiera sido posible.

3: Ligeramente intente hacer algo.

4: De seguro que lo hubiera hecho.

5: Lo hubiera hecho urgentemente.

Factores	0	1	2	3	4	5
Reducir costos						
Cambiar de proveedores						
Trabajar con créditos						
Hacer alianzas						
Contratar asesores						
Innovar						
Mantenerse como esta						

13.- Hoy día, ¿Cuáles fueron las mayores afectaciones que Usted considera ha sufrido con el fracaso de su emprendimiento?, valore su impacto negativo.

0: no es relevante; 1: ligeramente; 2: afecta; 3: se siente; 4: alto.; 5: muy alto.

<b>Afectaciones</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Psicológicas(vergüenza, pena, inseguridad)						
Financieras(deudas, ingresos, riesgos)						
Sociales (amigos, vecinos, prestamistas, etc.)						
Familiares (esposa(o), hijos, padres, etc.)						

**AGRADECEMOS SU COLABORACIÓN.**

**Fotografía de encuestas realizadas a personas que desean realizar sus emprendimientos en la parroquia San Miguel.**



**Fotografía de encuestas realizadas a personas que poseen y fracasaron en sus emprendimientos en la parroquia San Miguel.**



**Fotografía de encuesta realizada a las personas que desean realizar emprendimientos en la parroquia San Pablo.**



**Fotografía de encuesta realizada a las personas que poseen y fracasaron en sus emprendimientos en la parroquia San Pablo.**



**Fotografía de encuesta realizada a las personas que desean realizar emprendimientos en la parroquia Balsapamba**



**Fotografía de encuesta realizada a las personas que poseen y fracasaron en sus emprendimientos en la parroquia Balsapamba.**



**Fotografía de Encuestas realizadas a las personas que desean, poseen y fracasaron en sus emprendimientos de la parroquia San Vicente.**



**Fotografía de Encuestas realizadas a las personas que desean, poseen y fracasaron en sus emprendimientos de la parroquia Regulo de Mora.**



**Fotografía de encuesta realizada a las personas que desean realizar emprendimientos en la parroquia Santiago.**



**Fotografía de encuesta realizada a las personas que poseen y fracasaron en sus emprendimientos en la parroquia Santiago.**



**Fotografía de encuesta realizada a las personas que desean realizar emprendimientos en la parroquia Bilovan.**



**Fotografía de encuesta realizada a las personas que poseen y fracasaron en sus emprendimientos en la parroquia Bilovan.**



**Tutorías del proyecto de investigación con el ing. Alfredo Rodríguez.**

