



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

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

ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**MODALIDAD DE TITULACIÓN: PROYECTO DE
INVESTIGACIÓN**

**INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIEROS
COMERCIALES**

TEMA:

**“FACTORES QUE INCIDEN EN LA SOSTENIBILIDAD DE LOS
EMPRENDIMIENTOS EN EL CANTÓN CALUMA, PROVINCIA
BOLÍVAR, EN EL AÑO 2015 – 2016”.**

AUTORES:

**WILSON PATRICIO VERDEZOTO GAIBOR
CRISTIAN JAVIER SISALEMA TIBANLOMBO**

DIRECTOR:

ING. ALFREDO ARMANDO RODRÍGUEZ GUZMÁN, MSc.

PARES ACADÉMICOS:

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

**ING. JORGE ESTUARDO
GOYES NOBOA, MBA.**

**GUARANDA – ECUADOR
AÑO 2016**



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL
E INFORMÁTICA
UNIDAD DE TITULACIÓN – INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

 UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL
E INFORMÁTICA
UNIDAD DE TITULACIÓN – INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

A quien interese:

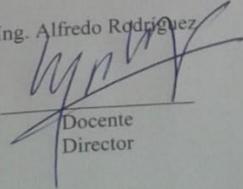
ING. ALFREDO RODRÍGUEZ, docente DIRECTOR, del PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, (Modalidad de Titulación), a petición de parte interesada,

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 CALUMA, PROVINCIA BOLÍVAR, EN EL AÑO 2015 – 2016" cuyos autores son, WILSON PATRICIO VERDEZOTO GAIBOR Y CRISTIAN JAVIER SISALEMA TIBANLOMBO, estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial; han sido acogidos por los autores, por lo que presento mi aval para que se continúe con el trámite posterior correspondiente.

Es todo cuanto puedo certificar.

Guaranda, 10 de octubre del 2016

Ing. Alfredo Rodríguez

Docente
Director

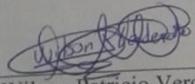
II

AUTORÍA DEL TRABAJO

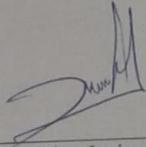
AUTORÍA DEL TRABAJO

Nosotros, Wilson Patricio Verdezoto Gaibor y Cristian Javier Sisalema Tibanlombo, declaramos ser autores del presente trabajo y eximamos expresamente a la Universidad Estatal de Bolívar y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

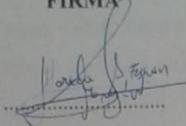
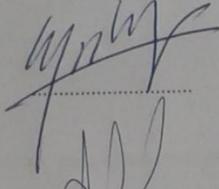
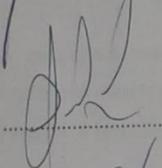
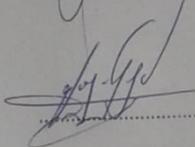
F.


Autor: Wilson Patricio Verdezoto Gaibor
CI. 0202073839

F.


Autor: Cristian Javier Sisalema Tibanlombo
CI. 1500873888

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

TRIBUNAL	FIRMA	FECHA
Ing. Maricela Espín VICEDECANA		25/10/2016
Ing. Alfredo Rodríguez DIRECTOR		31-10-2016
Ing. Víctor Quizhpe PAR ACADÉMICO 1		31-10-2016
Ing. Jorge Goyes PAR ACADÉMICO 2		31-10-2016

DEDICATORIA

A mi madre Laura Verdezoto, quien gracias a su apoyo incondicional, se ha convertido en la base fundamental en el desarrollo y culminación de mis estudios profesionales, además de ser el gran motivo para seguir esforzándome cada día mucho más, y a mis hermanos Leidy y José por su brindarme su amistad y comprensión.

Wilson P. Verdezoto.

Dedico a Dios por ser el conductor en cada uno de mis pasos, a mis queridos padres por ser los guías en el sendero de cada acto que realizo hoy, a la Universidad Estatal de Bolívar por haberme permitido prepararme y adquirir conocimientos para cumplir los propósitos que me he planteado.

Cristian Sisalema.

AGRADECIMIENTO

La gratitud es nobleza de las personas y lo mejor es hacerlo cuando las personas están presentes, por ello queremos extender nuestro más sincero agradecimiento:

Al creador, nuestro Dios, que ha sido quien nos ha guiado por el camino del conocimiento de forma correcta, dándonos fuerzas espirituales y capacidades para adquirir intelecto que hicieron que no nos rindiéramos jamás.

A la Universidad Estatal de Bolívar y cada uno de los docentes que nos han impartido sus saberes en el transcurso de nuestro aprendizaje profesional y ayudarnos a obtener una profesión que sirve en beneficio de la sociedad.

A nuestro director, Alfredo Rodríguez; pares académicos, Ing. Víctor Quizhpe e Ing. Jorge Goyes, y al Dr. Juan López, por apoyarnos incondicionalmente y desinteresadamente, mostrando gran comprensión y brindarnos sus valiosas amistades, personas quienes nos guiaron con sus conocimientos y sabiduría en los momentos más importantes.

A nuestras familias, amigos y compañeros quienes han estado pendientes de nosotros, participando en buenos y malos momentos, aportando sus conocimientos y compartiendo experiencias que ayudaron a nuestras vidas.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	I
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR	¡Error! Marcador no definido.
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.....	XI
INTRODUCCIÓN	1
REVISIÓN DE LA LITERATURA	3
Sostenibilidad en las empresas.....	3
¿Qué es Emprendimiento?	6
Las micro, pequeñas y medianas empresas.....	14
MÉTODOS	16
RESULTADOS.....	19
DISCUSIÓN	43
Conclusiones	43
Recomendaciones.....	48
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	50
APÉNDICES.....	52

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

TABLAS

Tabla 1. Evaluación de las capacidades para emprender	22
Tabla 2. Evaluación a potenciales proveedores	24
Tabla 3. Evaluación de los aspectos que lo diferenciaran.....	26
Tabla 4. Evaluación de las capacidades de emprendimiento	28
Tabla 5. Evaluación a proveedores actuales	30
Tabla 6. Evaluación de los aspectos que los diferencian	32
Tabla 7. Evaluación de las capacidades de las personas que fracasaron	34
Tabla 8. Evaluación a proveedores pasados.....	36
Tabla 9. Evaluación de los aspectos que lo diferenciaban	38
Tabla 10. Factores claves y críticos para emprender	40
Tabla 11. Factores claves y críticos de emprendimiento	41
Tabla 12. Factores claves y críticos de fracaso	42

GRÁFICOS

Gráfico 1. Evaluación de las capacidades para emprender	23
Gráfico 2. Evaluación a potenciales proveedores	24
Gráfico 3. Evaluación de los aspectos que lo diferenciaran.....	26
Gráfico 4. Evaluación de las capacidades de emprendimiento	29
Gráfico 5. Evaluación a proveedores actuales	30
Gráfico 6. Evaluación de los aspectos que los diferencian	32
Gráfico 7. Evaluación de las capacidades de las personas que fracasaron	35
Gráfico 8. Evaluación a proveedores pasados.....	36
Gráfico 9. Evaluación de los aspectos que lo diferenciaban	38

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación se lleva a cabo a los emprendimientos en el cantón Caluma en la provincia de Bolívar, los mismos que se dedican a diferentes actividades comerciales. El trabajo investigativo se enfoca al estudio y análisis de los factores que inciden en la sostenibilidad, formalizando encuestas a tres segmentos: personas que desean realizar un emprendimiento, personas que poseen un emprendimiento y aquellas que fracasaron con el mismo.

Un vez realizado el estudio previo de la situación problemática de que no se ha realizado estudios iguales o similares acerca de los factores de sostenibilidad de los emprendimientos permite la revisión de la literatura existente relacionada a la investigación, procediendo a la estructura del marco teórico referenciando los estudios precedentes, lo que consiente estructurar una adecuada metodología con respecto a métodos, tipos de investigación y técnicas de recolección de datos.

Esta investigación toma la información en el catastro de patentes que administra el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Caluma, documento que sirve de base para obtener la totalidad de emprendimientos existentes y de aquellos que ya no se encuentran en funcionamiento, de ahí se determinó la muestra respectiva, de acuerdo a la información del INEC, se estructura la muestra para personas que desean emprender, así como también se utiliza para determinar el rango de edades y quienes se consideran personas económicamente activas (PEA) en el Ecuador.

El estudio ha permitido a los investigadores conocer; las capacidades y destrezas en el manejo de sus emprendimientos, diagnosticando los factores claves en la sostenibilidad de la actividad emprendedora siendo los siguientes: destreza en operaciones básicas de matemáticas, perseverancia o constancia, proveedores reconocidos en el mercado, calidad de los productos, muy buena reputación personal y seriedad, y excelente atención al cliente; y los factores críticos que llevaron al fracaso a ciertos emprendimientos que son: no asociarse con otras personas, poco agrado para liderar a grupos de trabajo, precios considerados regulares (altos), poca relación de precio – volumen de compra, bajo servicio post-venta y deficientes garantías ofertadas.

ABSTRACT

This research project was carried out at the enterprises in the canton Caluma in the province of Bolivar, they engaged in different business activities. The research work focuses on the study and analysis of the factors affecting sustainability, formalizing surveys three segments: people who want to make a venture, people who own a venture and those who failed it.

One time the previous study of the problematic situation that has not made the same or similar studies on sustainability factors of the enterprises allows review of the existing literature related to the investigation, proceeding to the structure of the theoretical framework made referencing the previous studies, which consents to structure an appropriate methodology regarding methods, types of research and data collection techniques.

This research takes the information in the register of patents that manages the Autonomous Government decentralized Caluma Canton, a document that serves as the basis for all existing enterprises and those that are no longer in operation, there was determined the respective sample, according to information from INEC, the sample for people who wish to undertake is structured and is also used to determine the age range and who are considered economically active persons (PEA) in Ecuador.

The study has allowed researchers to know; capabilities and skills in the management of their enterprises, diagnosing the key factors in the sustainability of entrepreneurial activity being the following: skill in very good basic math, perseverance or steadfastness, known supplier in the market, product quality, staff and seriousness reputation and excellent customer service and the critical factors that led to the failure of certain enterprises that are not associated with other people, little pleased to lead working groups, prices considered regular (high), low ratio price - purchase volume, low and poor after-sales service offered guarantees.

INTRODUCCIÓN

Poseer ciertos factores en las personas que desean emprender, determina que las nuevas ideas tengan una gran probabilidad de que sea una actividad factible, logren el desarrollo, y alcancen sostenibilidad y éxito, así como los elementos emprendedores que existen en las personas que poseen un emprendimiento permite que tengan una actividad empresarial con bases establecidas y mejora continua hacia la estabilidad, fomentando la práctica emprendedora mediante la difusión de estos principios hace que la ruta a seguir en otras personas sea más clara obteniendo un mejor panorama, así como también conocer los factores que hicieron que las personas fracasen en un emprendimiento es algo esencial para las demás y ellas mismas ya que conocen las formas que no se deben realizar dentro de las actividades de emprendimiento y consiente que se hagan cambios respectivos a tiempo para no llegar a finalizar su sueño emprendedor disminuyendo drásticamente repercusiones que pueden llegar a ocurrir dentro de la sociedad en la que se desenvuelve.

Después de la estructura de la encuesta se ha procedido a la implementación de la misma, obteniendo como resultados:

Para las personas que desean emprender, los factores que determinaran la sostenibilidad son: la perseverancia, calidad de los productos a ofertar, muy buena reputación personal y seriedad e iniciar con ahorros propios y, los elementos que se deben mejorar son: valorar asociarse, informarse acerca de la relación precio y volumen de compra y brindar un servicio post-venta.

En las personas que poseen un emprendimiento, las nociones que crean sostenibilidad son: destreza en matemáticas, calidad de los productos ofertados, proveedores reconocidos en el mercado, excelente reputación personal y seriedad, haber iniciado con ahorros propios e innovar, los conocimientos que se deben cambiar son: la mentalidad de asociación, precios de proveedores, servicio post-venta, no utilizar otras vías de financiamiento y no pensar en hacer alianzas.

Las personas que fracasaron en un emprendimiento, los factores que llevaron a dicho estado son: no haberse asociado, precios de proveedores, poco servicio post-venta, no utilizar otras fuentes de financiación y no contratar asesores, pudiendo rescatar elementos como: capacidad de compromiso consigo mismo y su familia, calidad de los productos, reputación personal y seriedad, emprender con ahorros propios e intentar innovar.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Sostenibilidad en las empresas

Empresas Sostenibles

Una empresa sostenible es aquella que crea valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo, contribuyendo de esa forma al aumento del bienestar y al auténtico progreso de las generaciones presentes y futuras, en su entorno general.

El Desarrollo Sostenible en la empresa es, esencialmente, la sostenibilidad económica del negocio, a largo y medio plazo, y para mantener la rentabilidad económica de sus actividades productivas, es necesario contemplar nuevos conceptos de riesgo y de oportunidad, asociados a los aspectos medioambientales y al impacto social de la producción o a la calidad de las relaciones laborales. (Rodríguez, C., 2012)

Creación de empresas sostenibles: comprender los desafíos

Entre los principales obstáculos internos para las actividades y el crecimiento de las empresas pueden enumerarse la falta de competencias de gestión, una información y un conocimiento de los mercados y las finanzas limitadas, la falta de sensibilización sobre el valor de los servicios de apoyo a las empresas, el uso de tecnologías obsoletas, o una falta de prácticas responsables en el lugar de trabajo que produce un bajo nivel de productividad.

Algunos obstáculos externos para el desarrollo de empresas sostenibles son: la falta de acceso a la financiación, la infraestructura insuficiente, la inestabilidad política, la normativa jurídica y administrativa, y la disponibilidad de trabajadores calificados. Estos obstáculos tienden a ser más graves cuanto más pobre es el país y más pequeñas son las empresas. (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2014)

Guía para la sostenibilidad corporativa

Mantener Negocios con Principios: La coherencia asegura la unidad de negocio en el camino a la sostenibilidad y los principios y valores de la organización redundan en una forma de hacer las cosas basadas en un código de conducta moral dentro y fuera de la organización.

Fortalecer la Sociedad. A través del bienestar de la comunidad cercana a la empresa se logra un mayor beneficio.

Comprometerse desde la Directiva. La Directiva debe enviar un claro mensaje sobre la decisión corporativa de adoptar postulados de sostenibilidad con fortaleza y de forma nuclear en la organización.

Reportar. La necesidad de información por distintos Stakeholders [partes interesadas], no solo la información financiera, sino en este respecto sobre los resultados y programas en cuanto a sostenibilidad.

Actuar Local. La organización si debe tener una claridad máxima de cómo adaptar sus compromisos dentro del mismo a su entorno y a las características particulares de su zona de influencia. (Inalde - Busines School - Universidad de la Sabana, 2015)

Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible

Aspecto Económico:

De acuerdo a Hollinger vs. Conrad black (2010), expone que: la sostenibilidad considera que el desarrollo económico a largo plazo se puede dar sin destruir los recursos naturales. Por tanto, supone que lo económico y ecológico no se oponen sino que son mutuamente dependientes.

Según José Manuel Naredo, economista español, una actividad sostenible es aquella que utiliza insumos renovables en la producción de bienes o, al menos, organiza proyectos que aseguren la producción renovable de un bien sustituto del que se consume, (...). Es decir, se deben diseñar sistemas productivos que tengan la capacidad de utilizar únicamente recursos y energías renovables, y no producir residuos, ya que éstos retornan a la naturaleza.

Aspecto Social:

Hollinger vs. Conrad black (2010) expone: en la dimensión social del desarrollo sostenible está implícito el concepto de equidad, el cual presenta tres diferentes tipos. El primero es la equidad intergeneracional, (...) supone considerar en los costos de desarrollo económico actual la demanda de las futuras generaciones. Como segundo tipo se tiene a la equidad intrageneracional que toma en consideración la inclusión de los grupos sociales hasta ahora más desfavorecidos, (...) para que participen en la toma de decisiones que afecten a lo ecológico, a lo social y a lo económico, luego, el tercer tipo de equidad es aquel que se presenta entre países, por el que se considera necesario cambiar los abusos de poder que tienen los países desarrollados sobre aquellos en vías de desarrollo.

Aspecto Ecológico:

En la actualidad, se presenta un mayor interés por el deterioro del medio ambiente y la sostenibilidad del desarrollo, dos aspectos que se han ido incrementando en base a la preocupación que existe por el agotamiento de los recursos naturales y también por el incremento de la pobreza frente a la globalización. (...) es así que la sostenibilidad considera que las prestaciones necesarias para el funcionamiento del sistema económico, que son proporcionados por el ambiente global, deben ser mantenidas en el largo plazo.

Se considera que las organizaciones deben tomar conciencia de los perjuicios que puede traer consigo el mal uso de los recursos naturales, por lo que si bien buscan un desarrollo sostenible de su economía, éste debe ir de la mano del resguardo y mantenimiento de la naturaleza. (Hollinger vs. Conrad black, 2010)

¿Qué es Emprendimiento?

El emprendedor schumpeteriano y el contexto social

Como describen Carrasco, I. y Castaño, M., (2008), Schumpeter considera al emprendedor como alguien fundador de una nueva empresa, un innovador que rompe con la forma tradicional de hacer las cosas, con las rutinas establecidas. Debe ser una persona con dotes de liderazgo, y con un talento especial para identificar el mejor modo de actuar. El emprendedor tiene la habilidad de ver las cosas como nadie más las ve.

Para poder introducir sus innovaciones, el emprendedor tiene que romper las inercias del entorno y vencer su oposición, pues, normalmente, el entorno es hostil a comportamientos novedosos: toda desviación del comportamiento de un miembro de la comunidad será desaprobada por los restantes miembros. También tendrá que gastar energías físicas y psíquicas en abandonar la senda de la familia. Pero en esta oposición, el emprendedor encuentra deleite. El emprendedor es un creativo inconformista. Es el elemento dinámico del capitalismo.

La concepción de la escuela austríaca de emprendimiento.

En contraste con Schumpeter, Mises, consideró que el factor emprendedor está presente en todas las acciones humanas debido a las incertidumbres presentes en el contexto de estas acciones, y no limitado a las acciones de un tipo particular de personas. Para Mises, el emprendedor es aquel que desea especular en una situación de incertidumbre, respondiendo a las señales del mercado con respecto a precios, ganancias y pérdidas.

Para Kirzner, el emprendedor gana por estar alerta a oportunidades que existen en situaciones inciertas, de desequilibrio. Esta alerta permite al emprendedor percibir las oportunidades antes que los demás. El aspecto de conocimiento que es crucialmente relevante para el emprendimiento no está enfocado al conocimiento substantivo o datos de mercado sino más bien al sentido de alerta, de “conocimiento” de donde ubicar los datos de mercado. (Castillo, A., 1999)

La mentalidad emprendedora según Howard Stevenson.

En Castillo, A. (1999) se puede conocer lo siguiente: En vista de las múltiples variaciones en tipos de emprendedores, Stevenson propuso un sistema multimodal, con 5 dimensiones críticas de la gestión: orientación estratégica, compromiso con la oportunidad, proceso de comprometer recursos, concepto de control de los recursos y estructura gerencial.

Motivaciones como bases para emprender.

La formación y desarrollo de nuevas empresas es un proceso complejo. (Castillo, A., 1999), destaca el modelo de Scheinberg y MacMillan, que determino cuatro factores que son: independencia, reconocimiento, aprendizaje y roles.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Ecuador 2014.

Comportamiento de la actividad emprendedora temprana (TEA).

Continuando con el análisis de los reportes del GEM (2014), En América Latina, Ecuador muestra nuevamente la TEA más alta (32.6%), seguido por Perú (28.8%) y Chile (26.8%). En relación a las motivaciones de los emprendedores, la TEA por oportunidad es 22.8%, pero por necesidad se ha reducido a 9.6%.

La razón Oportunidad /Necesidad es otro indicador que se analiza anualmente, en 2014 es 2.38. En Ecuador prácticamente se establece un negocio motivado por oportunidad de mejora por cada negocio motivado por necesidad.

Valores y cultura que fomentan el emprendimiento.

Los valores de la sociedad que definen una cultura pro emprendimiento se capturan a través de las percepciones de la población en relación a las siguientes dimensiones:

- Emprendimiento como una buena opción de carrera,
- Atribución de estatus a emprendedores exitosos,
- Rol de los medios destacando emprendedores exitosos.

Para Ecuador un 66.4% de la población encuestada, considera al emprendimiento como una buena opción de carrera, un 67% afirma que el éxito en los negocios confiere estatus y respeto, y un 82.9% está de acuerdo en que el rol de los medios al destacar a los emprendedores contribuye con la cultura que favorece el emprendimiento en el país.

Hombres y mujeres emprendedores.

En el 2014 la proporción de hombres emprendedores no superó de forma significativa a la de mujeres. En contraste, desde el 2008, la mayoría de los dueños de negocios establecidos han sido hombres (60% en el 2014); entre la población que no emprende sin embargo la mayoría fueron mujeres.

Con respecto a la motivación para iniciar un negocio, se observa una mayor proporción de mujeres emprendedoras que iniciaron su negocio por necesidad (35% con respecto al 30% observado para los hombres emprendedores). Esto se mantiene entre los dueños de negocios establecidos, donde un 52% de las mujeres empezaron su negocio por necesidad, mientras entre los hombres esta tasa se sitúa en un 45%. (GEM, 2014)

Según lo descrito por GEM (2014), encontramos lo siguiente:

Edad. 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%, 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).

Educación. Un 39.4% solo completó la primaria y un 25.2% terminó sus estudios secundarios, se ha mantenido la proporción de emprendedores que han terminado su educación terciaria (13.9%). Es interesante mencionar que los emprendedores se encuentran, en promedio, mejor educados en comparación con quienes no poseen negocios.

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 y un 17.5% estaba dedicado al hogar. Para los dueños de negocios establecidos donde un 92.9% se declaró como auto-empleado. 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.

Ingresos. 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, 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. (GEM, 2014)

Percepciones e intención de emprender.

Según (GEM, 2014), las intenciones de emprender más altas se observan para los individuos en economías basadas en factores, y las más bajas en aquellas basadas en innovación. Lo anterior podría reforzar el hecho de que emprender es una opción cuando se han agotado otras alternativas para obtener ingresos, pero también refleja diversos entornos culturales.

Percepción de oportunidades

En la población que no está incluida en la TEA, un 55% considera que hay oportunidades; entre los emprendedores un 73% lo cree así, y el 64% de los propietarios de negocios establecidos también. En todos los casos la proporción de personas que perciben oportunidades para emprender en los próximos 6 meses, aumenta a medida que aumenta el nivel de ingresos de sus hogares. Un 74.6% de las mujeres en la TEA perciben oportunidades para iniciar un negocio, proporción superior al 70% observado entre los hombres. La percepción de oportunidades para crear un negocio disminuye también a medida que aumenta la edad, encontrándose la menor proporción entre los mayores de 55 años, sean o no emprendedores o dueños de negocios establecidos. Un comportamiento similar se observa según el nivel de educación de los encuestados; a medida que aumenta la escolaridad de la población se observan menores proporciones de encuestados que manifiestan que existen oportunidades para empezar un negocio en los próximos 6 meses. (GEM, 2014)

Percepción de capacidades

El 87.5% de los emprendedores comprendidos en la TEA considera tener las capacidades necesarias; el 62% de quienes no han emprendido y el 81% de los propietarios de negocios establecidos también. El porcentaje de hombres que perciben tener habilidades para crear un negocio es mayor que el de las mujeres.

Para la población que no ha emprendido y los propietarios de negocios establecidos, la percepción de poseer las capacidades aumenta con el nivel de ingresos y con el nivel de instrucción.

Además, a medida que aumenta la edad de los emprendedores estos manifiestan en mayor grado poseer las capacidades requeridas al igual que quienes no han emprendido. Sin embargo, para los propietarios de negocios establecidos se encuentra lo opuesto, perciben tener menores capacidades conforme aumenta la edad. (GEM, 2014)

Temor al fracaso

¿El temor al fracaso sería un obstáculo para iniciar un negocio? Proprietarios de negocios establecidos y emprendedores son quienes tendrían menor afectación en comparación con quienes no han creado empresa. Tanto para los emprendedores como los dueños de negocios establecidos, el impacto del temor al fracaso se reduce a medida que crece el nivel de ingresos; no así para quienes no han emprendido.

Entre los dueños de negocios establecidos se observa la menor proporción de individuos para quienes el temor al fracaso interferiría con su decisión de emprender, independientemente del grupo de edad al que pertenezcan. Más aun, con excepción de lo observado para los emprendedores a medida que el nivel de instrucción aumenta, el temor al fracaso incidiría menos esta decisión. (GEM, 2014)

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. (GEM, 2014)

Clima emprendedor: la percepción de los expertos.

Ecuador destaca, por encima de la media de la región, en el factor Políticas Gubernamentales generales reflejando la importancia de este tema en la economía del país. Otro factor destacado es el de Educación, tanto para la formación primaria y secundaria como superior. El acceso a Infraestructura Física es uno de los factores con mayor contribución para los nuevos negocios y el factor normas Sociales y Culturales tiene una evaluación más bien neutra, pero por encima del promedio regional. (GEM, 2014)

En relación a los factores que fomentarían el emprendimiento, según GEM (2014), 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 de emprendimiento e innovación en discusión, y estabilidad política, monetaria y económica del país.

Con respecto a los factores que limitarían el emprendimiento:

Políticas de Gobierno, mencionan aun la falta de agilidad en trámites relativos a la creación de empresas, la inestable política fiscal, legislación laboral, la falta de incentivos a la producción y la restricción de importaciones de bienes intermedios como factores que obstaculizan el emprendimiento y la subsecuente operación del negocio.

Apoyo financiero, se refieren a la ausencia de fondos de riesgo, falta de incentivos financieros que impulsen emprendimientos innovadores, falta de sistemas de financiamiento adecuado al inicio de la operación o al momento de la expansión, falta de acceso a créditos blandos con garantías intangibles, falta de capital semilla por parte del Gobierno/ no hay normas de agro industrias, acceso a mecanismos formales de financiamiento, falta de acceso a un mercado bursátil para emprendimientos.

Contexto político, institucional y social, entre los aspectos que limitarían la actividad emprendedora mencionan, la inseguridad jurídica, el entorno legal y condiciones del mercado, la competencia del estado con el sector privado, y la falta de articulación entre los actores del sistema. (Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X. e Izquierdo, E., 2015).

Las micro, pequeñas y medianas empresas

Importancia de las Pymes.

El informe WBCSD-SNV (Como se citó en Schnarch, 2013) señala:

La pobreza sigue siendo un desafío importante para el desarrollo sostenible, la seguridad ambiental, la estabilidad global y un mercado verdaderamente global. La clave para el alivio de la pobreza es el crecimiento económico inclusivo, que llegue a la mayoría de la población. Mejorando el rendimiento y la sostenibilidad de los empresarios locales y, pequeñas y medianas empresas (Pymes), que constituyen el eje de la actividad económica global, se puede contribuir al logro de este tipo de crecimiento.

Según Schnarch (2013).

El informe señala que las Pyme bien administradas y saludables son fuentes de empleo y creación de riqueza. Pueden contribuir a la estabilidad social y generar ingresos fiscales, además de ser una fuente importante de suministro local y provisión de servicios a compañías más grandes. También pueden tener un gran interés en el desarrollo comunitario, ya que como locales, recurren a la comunidad para su capital humano y dependen de este para hacer negocios. Pueden ser, además una fuente importante de empleo, en especial para trabajadores poco calificados, como mujeres y jóvenes, quienes generalmente constituyen la mayor proporción de desempleados en las economías emergentes (p.21).

¿Por qué fracasan las Pymes?

Cuando se hace esta pregunta a los emprendedores, el 90% de las respuestas se refieren a factores externos a las Pymes, como el escaso apoyo oficial, deficientes programas de ayuda, casi inexistentes fuentes de financiación, excesivos controles gubernamentales, altas tasas impositivas, altos costos de las fuentes de financiación disponibles y otras similares.

Sin embargo, como dice Juan Carlos Alcaide, son seis los que él llama pecados capitales: deficiente planificación inicial, deficiente gestión de las ventas, deficiente producción y operación, deficiente control de la gestión, deficiente planificación estratégica y deficientes enfoques generales de la gestión.

En Colombia, Beatriz Elena Ángel hizo una contrastación empírica a través del análisis de las entrevistas aplicadas en las Pymes (...) y concluyó que las (...) creadas por los emprendedores no sobreviven en su mayoría durante sus primeros cinco años de vida porque:

- Existe una competencia en el mercado más fuerte de lo que se esperaba.
- El número de clientes potenciales en el mercado fue sobreestimado.
- Los esfuerzos de venta, promoción y distribución estaban mal direccionados.
- El precio del servicio o producto ofrecido fue superior al que pagaría el cliente.
- El producto era igual al de la competencia.
- Faltó capital de trabajo para la venta del producto o servicio (Schnarch, 2013, pp. 30-31).

MÉTODOS

Método científico

“Es utilizando en el área de la ciencia para ampliar y verificar conocimientos sobre una materia” (Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P., 1991)

La presente investigación permitirá obtener nuevos conocimientos acerca de los factores de sostenibilidad de los emprendimientos en el Cantón Caluma comprobando y basándose en teorías científicas establecidas en investigaciones previas.

Método inductivo

“Es un proceso en el que, a partir del estudio de casos particulares, se obtienen conclusiones o leyes universales que explican o relacionan los fenómenos estudiados” (Münch, L. y Ángeles, E., 2007, p.15).

Método deductivo

“Consiste en obtener conclusiones particulares a partir de una proposición general” (Münch, L. y Ángeles, E., 2007, p.15).

Tipos de investigación

Investigación documental

“Consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio” (Bernal, C., 2010, p. 11).

Este tipo de investigación permite la búsqueda de teorías científicas o técnicas que sirven de guía para el desarrollo de la investigación, fuentes revisadas en libros físicos y digitales, repositorio de tesis digitales, además, artículos relacionados al emprendimiento.

Investigación exploratoria

“Se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se abordado antes (Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P., 2006, p. 100).

La investigación preliminar permitió tener una visión más global acerca del problema que se investiga y conocer si se ha realizado estudios similares en el lugar de la investigación o en otras ciudades, lo que ayuda a realización y estructura de una encuesta para la recolección óptima y necesaria de datos relacionados al problema en cuestión que conlleven a realizar un estudio oportuno y adecuado.

Investigación descriptiva

Dankhe (como se citó en Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P., 1991) dice que los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de las personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis (p. 60).

La presente investigación colabora a detallar los principales factores de sostenibilidad de los emprendimientos en el cantón Caluma, proporcionando información valiosa para la toma de decisiones de los emprendedores y otras instituciones relacionadas.

Investigación cualitativa

“Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P., 2006, p. 8).

El enfoque del proyecto hacia los emprendimientos pretende analizar y determinar las características y/o cualidades que poseen los diferentes grupos de personas que se dedican a la actividad emprendedora, obteniendo de esta manera un conocimiento acerca del desenvolvimiento en el campo empresarial y social.

Investigación cuantitativa

“Tiene que ver con la cantidad y, por tanto, su medio principal es la medición y el cálculo. En general busca medir variables con referencia a magnitudes” (Niño, V., 2011, p. 29).

Este tipo de investigación colabora a la interpretación y análisis de los datos obtenidos en las encuestas realizadas a los tres grupos de emprendedores en estudio, obteniendo información estadística que describa detalladamente el problema.

RESULTADOS

Diagnosticar la situación existente en el cantón con respecto a los emprendimientos e identificar de los factores que inciden en su sostenibilidad para la correcta valoración

Según las capacidades de emprendimiento:

- 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 o 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.

De acuerdo a la evaluación a proveedores:

- 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.

Según los aspectos que diferencian de la competencia:

- 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.

Valorar y conocer como inciden los diferentes factores en la sostenibilidad de los emprendimientos el cantón Caluma.

Para la valoración de los factores que inciden en los emprendimientos, según el criterio de los autores, se procede a dar un valor a cada una de los ítems de evaluación, el mismo que es multiplicado por la frecuencia obtenida en las encuestas respectivas.

Ítems de evaluación:

Capacidades de emprendimiento: No y Mal (0,04), Regular (0,07), Bien (0,14), Muy Bien (0,25) y Excelente (0,5).

Evaluación a proveedores: para los que desean, No y Conoce poco (0,04), Tiene alguna referencia (0,07), Conoce de manera aceptable (0,14), Muy Buenas referencias (0,25) y Excelentes referencias (0,5); para los que poseen y fracasaron, No e Ineficientes (0,04), Regulares (0,07), Buenos (0,14), Muy Buenos (0,25) y Excelentes (0,5).

Aspectos que lo diferencian de la competencia: No y Muy por debajo (0,04), Ligeramente bajo (0,07), Casi iguales (0,14), Mucho mejor (0,25), Superior por mucho (0,5).

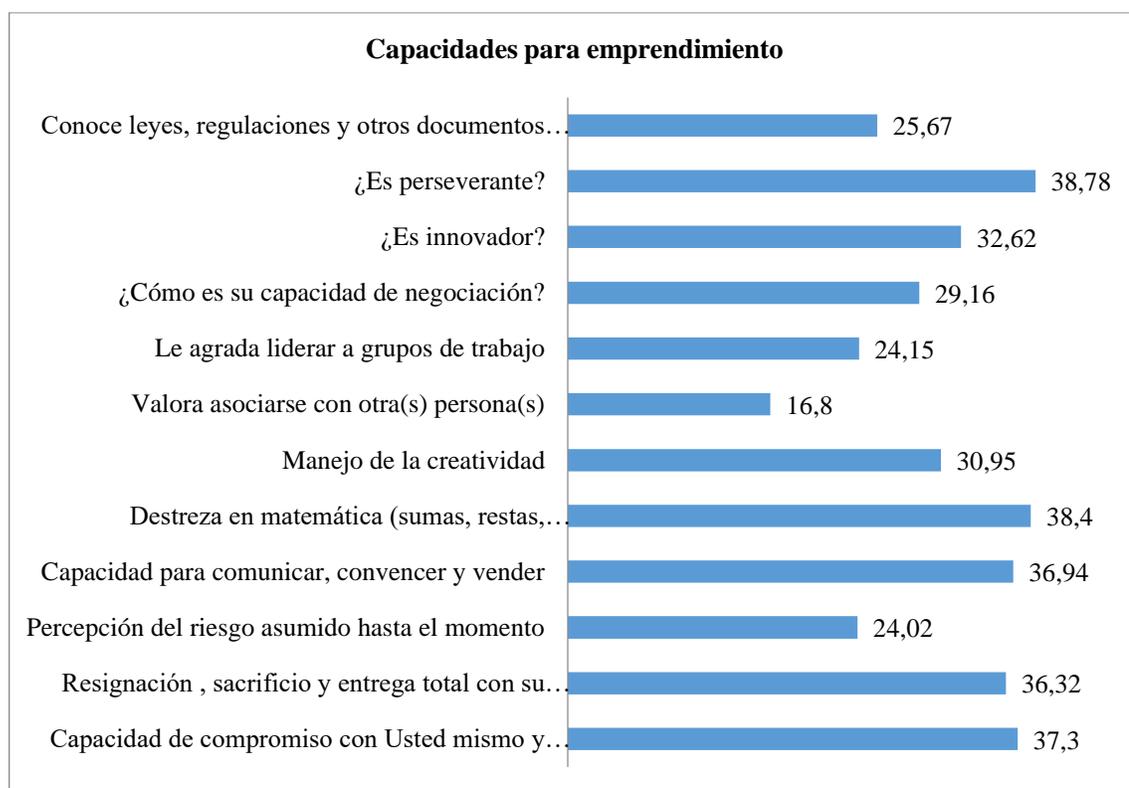
Valoración de los factores de las personas que desean emprender

Tabla 1. Evaluación de las capacidades para emprender

FACTORES	VALORACIÓN										
	0,04		0,07		0,14		0,25		0,5		1
Capacidades de emprendimiento	No y Mal		Regular		Bien		Muy Bien		Excelente		
Capacidad de compromiso con Usted mismo y su familia	1	0,04	7	0,49	68	9,52	65	16,25	22	11	37,3
Resignación , sacrificio y entrega total con su emprendimiento	1	0,04	5	0,35	62	8,68	81	20,25	14	7	36,32
Percepción del riesgo asumido hasta el momento	19	0,76	29	2,03	82	11,48	27	6,75	6	3	24,02
Capacidad para comunicar, convencer y vender	0	0	5	0,35	56	7,84	89	22,25	13	6,5	36,94
Destreza en matemática (sumas, restas, divisiones, multiplicaciones)	1	0,04	7	0,49	58	8,12	75	18,75	22	11	38,4
Manejo de la creatividad	0	0	17	1,19	84	11,76	52	13	10	5	30,95
Se asoció con otra(s) persona(s)	84	3,36	24	1,68	34	4,76	14	3,5	7	3,5	16,8
Le agrada liderar a grupos de trabajo	28	1,12	34	2,38	60	8,4	33	8,25	8	4	24,15
¿Cómo es su capacidad de negociación?	4	0,16	17	1,19	79	11,06	59	14,75	4	2	29,16
¿Es innovador?	4	0,16	13	0,91	70	9,8	65	16,25	11	5,5	32,62
¿Es perseverante?	1	0,04	8	0,56	62	8,68	66	16,5	26	13	38,78
Conoce leyes, regulaciones y otros documentos sobre emprendimiento	15	0,6	37	2,59	57	7,98	50	12,5	4	2	25,67

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada por los autores

Gráfico 1. Evaluación de las capacidades para emprender



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada por los autores

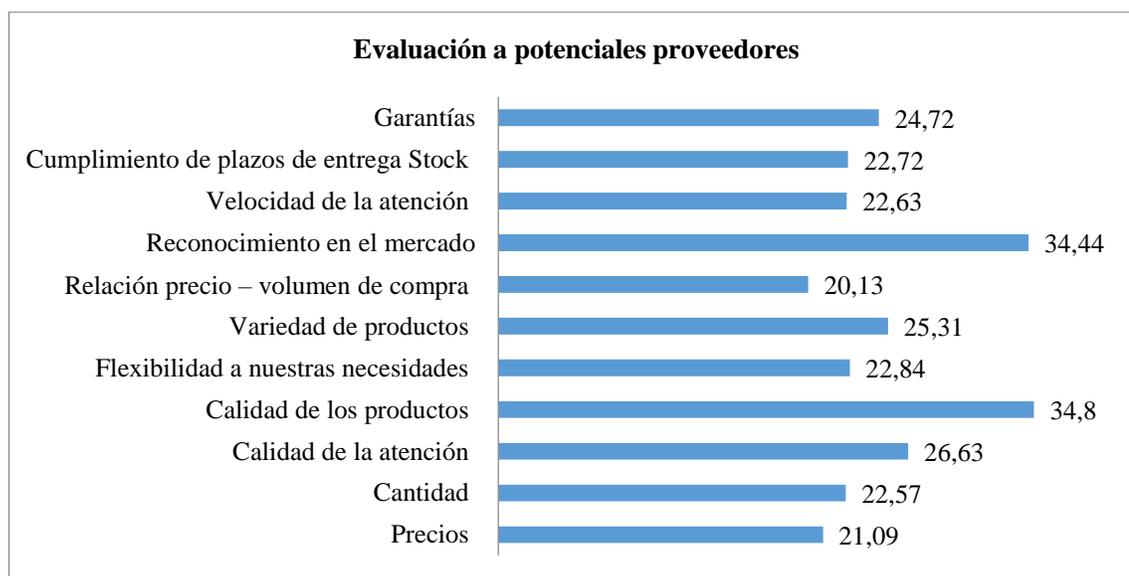
Análisis e interpretación de datos. De acuerdo a la evaluación a las capacidades para iniciar un emprendimiento podemos mencionar que los emprendedores son perseverantes, además de poseer muy buenas destrezas en operaciones básicas de matemática y otra de las características que les ayudaran a fortalecer su actividad es la buena capacidad para comunicar convencer y vender, pero deben cambiar sus pensamientos y ver en la asociación una forma de iniciar un emprendimiento para lo cual saber y gustar liderar grupos de trabajo hará que su desenvolvimiento colectivo sea efectivo, también conocer técnicas de evaluación interna y externa permitirá que puedan ver y asumir los riesgos latentes.

Tabla 2. Evaluación a potenciales proveedores

FACTORES	VALORACIÓN										
	0,04		0,07		0,14		0,25		0,5		1
Evaluación a potenciales proveedores	No y Conoce Poco		Tiene Alguna Referencia		Conoce de Manera Aceptable		Muy Buenas Referencias		Excelente Referencias		
Precios	14	0,56	50	3,5	77	10,78	19	4,75	3	1,5	21,09
Cantidad	14	0,56	56	3,92	56	7,84	33	8,25	4	2	22,57
Calidad de la atención	12	0,48	28	1,96	71	9,94	47	11,75	5	2,5	26,63
Calidad de los productos	7	0,28	26	1,82	55	7,7	50	12,5	25	12,5	34,8
Flexibilidad a nuestras necesidades	15	0,6	46	3,22	68	9,52	30	7,5	4	2	22,84
Variedad de productos	20	0,8	43	3,01	50	7	42	10,5	8	4	25,31
Relación precio – volumen de compra	26	1,04	58	4,06	52	7,28	23	5,75	4	2	20,13
Reconocimiento en el mercado	15	0,6	28	1,96	42	5,88	52	13	26	13	34,44
Velocidad de la atención	19	0,76	46	3,22	60	8,4	35	8,75	3	1,5	22,63
Cumplimiento de plazos de entrega Stock	23	0,92	45	3,15	60	8,4	29	7,25	6	3	22,72
Garantías	26	1,04	35	2,45	57	7,98	37	9,25	8	4	24,72

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada por los autores

Gráfico 2. Evaluación a potenciales proveedores



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada por los autores

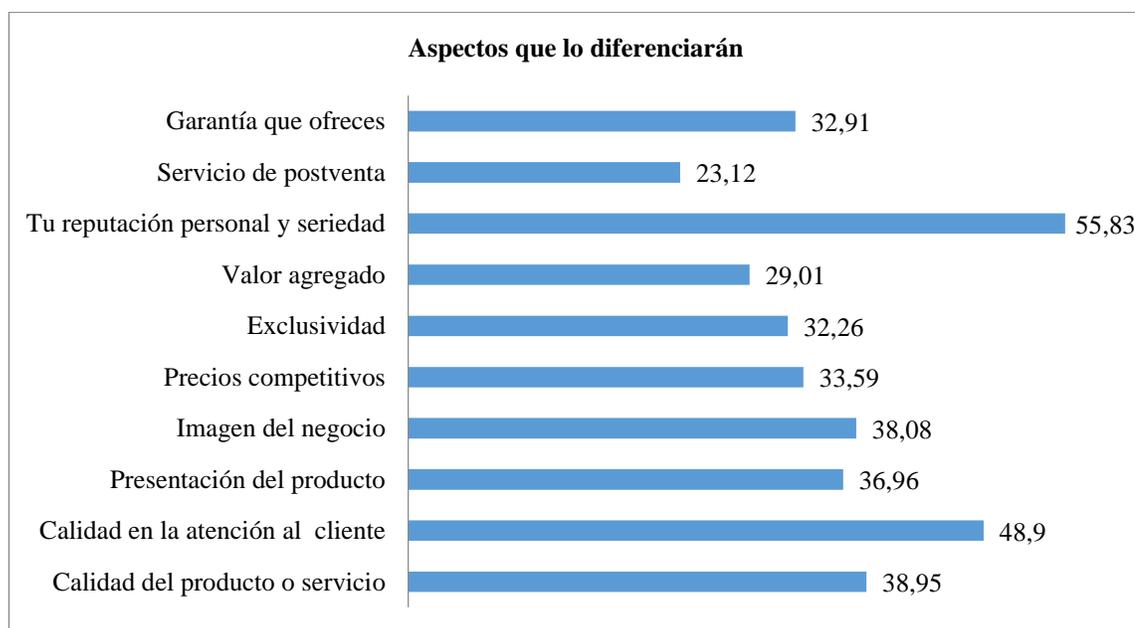
Análisis e interpretación de datos. La excelente calidad de los productos que son ofertados por los proveedores y su calidad de atención por parte de estos suministradores de productos ayudarán al nuevo emprendimiento en el proceso de sobrevivencia y el reconocimiento en el mercado de estas empresas proveedoras da un realce y confianza en sus clientes, mientras los precios y la relación de estos con el volumen de compra deben ser un poco más estudiados por parte del emprendedor, así como también la cantidad necesaria que les pueden ofertar, todo esto redundara en el éxito del emprendimiento.

Tabla 3. Evaluación de los aspectos que lo diferenciaran

FACTORES	VALORACIÓN										
	0,04		0,07		0,14		0,25		0,5		1
Aspectos que lo diferenciarán de la competencia	No y Muy por debajo		Ligeramente Bajo		Casi Iguales		Mucho Mejor		Superior por Mucho		
Calidad del producto o servicio	0	0	0	0	55	7,7	91	22,75	17	8,5	38,95
Calidad en la atención al cliente	1	0,04	1	0,07	11	1,54	111	27,75	39	19,5	48,9
Presentación del producto	1	0,04	1	0,07	65	9,1	81	20,25	15	7,5	36,96
Imagen del negocio	1	0,04	4	0,28	59	8,26	80	20	19	9,5	38,08
Precios competitivos	1	0,04	1	0,07	82	11,48	70	17,5	9	4,5	33,59
Exclusividad	15	0,6	4	0,28	67	9,38	66	16,5	11	5,5	32,26
Valor agregado	24	0,96	4	0,28	68	9,52	61	15,25	6	3	29,01
Tu reputación personal y seriedad	1	0,04	0	0	11	1,54	85	21,25	66	33	55,83
Servicio de postventa	62	2,48	8	0,56	47	6,58	38	9,5	8	4	23,12
Garantía que ofreces	24	0,96	3	0,21	41	5,74	86	21,5	9	4,5	32,91

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada por los autores

Gráfico 3. Evaluación de los aspectos que lo diferenciaran.



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada por los autores

Análisis e interpretación de datos. Dentro de los aspectos que lo diferenciarán con la competencia la calidad del producto ofertado es un punto en el que se van a basar para poder competir junto con la calidad en la atención al cliente beneficiara muchísimo todo esto gracias a su buena reputación personal y seriedad y los factores que deben modificar son el servicio post-venta, el valor agregado y la exclusividad.

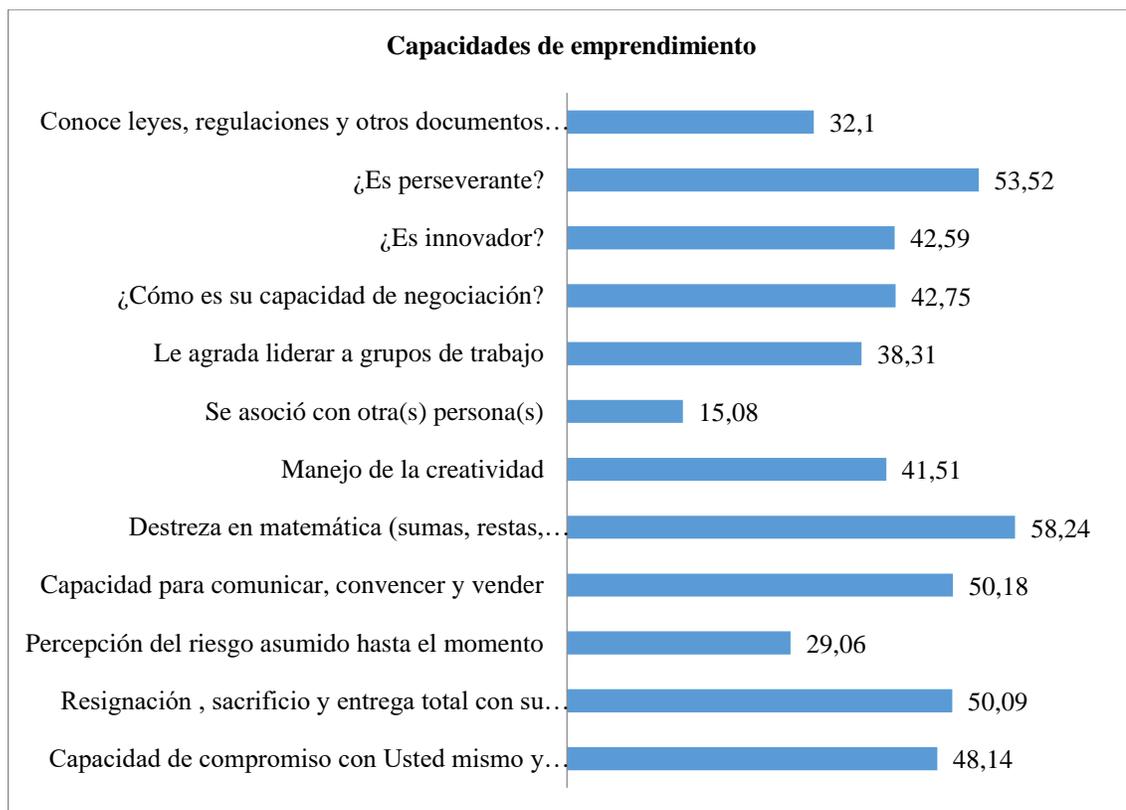
Valoración de los factores de las personas que poseen un emprendimiento

Tabla 4. Evaluación de las capacidades de emprendimiento

FACTORES	VALORACIÓN										
	0,04		0,07		0,14		0,25		0,5		1
Capacidades de emprendimiento	No y Mal		Regular		Bien		Muy Bien		Excelente		
Capacidad de compromiso con Usted mismo y su familia	2	0,08	13	0,91	60	8,4	77	19,25	39	19,5	48,14
Resignación , sacrificio y entrega total con su emprendimiento	2	0,08	6	0,42	56	7,84	87	21,75	40	20	50,09
Percepción del riesgo asumido hasta el momento	42	1,68	29	2,03	65	9,1	45	11,25	10	5	29,06
Capacidad para comunicar, convencer y vender	1	0,04	12	0,84	45	6,3	94	23,5	39	19,5	50,18
Destreza en matemática (sumas, restas, divisiones, multiplicaciones)	5	0,2	12	0,84	30	4,2	76	19	68	34	58,24
Manejo de la creatividad	9	0,36	19	1,33	63	8,82	76	19	24	12	41,51
Se asoció con otra(s) persona(s)	149	5,96	5	0,35	18	2,52	13	3,25	6	3	15,08
Le agrada liderar a grupos de trabajo	33	1,32	22	1,54	55	7,7	51	12,75	30	15	38,31
¿Cómo es su capacidad de negociación?	9	0,36	15	1,05	56	7,84	88	22	23	11,5	42,75
¿Es innovador?	13	0,52	18	1,26	54	7,56	79	19,75	27	13,5	42,59
¿Es perseverante?	6	0,24	7	0,49	36	5,04	93	23,25	49	24,5	53,52
Conoce leyes, regulaciones y otros documentos sobre emprendimiento	40	1,6	34	2,38	58	8,12	38	9,5	21	10,5	32,1

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada por los autores

Gráfico 4. Evaluación de las capacidades de emprendimiento



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada por los autores

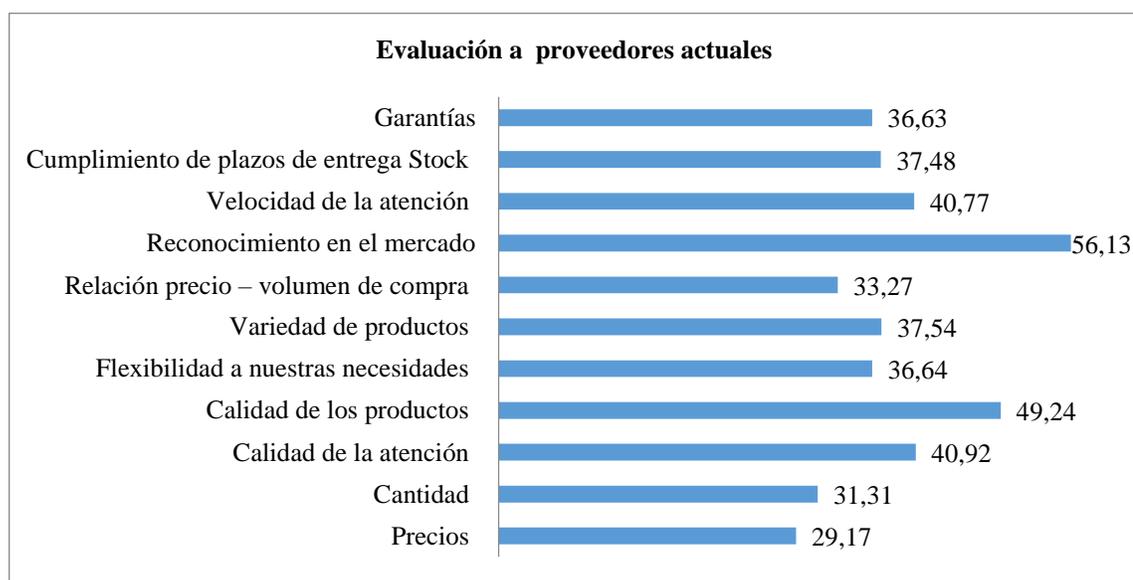
Análisis e interpretación de datos. La capacidad y buena destreza en las matemáticas, la perseverancia han hecho que su emprendimiento obtenga sostenibilidad conjuntamente con la excelente capacidad para comunicar convencer y vender un factor muy decisivo al momento de hacer crecer sus actividades emprendedoras y aunque se mantengan en el mercado lo mejor es estar siempre actualizando los conocimientos personales y profesionales así que ver en la asociación una forma de ayuda es importante, buscar la manera de percibir el riesgo y asumirlo será de mucho beneficio al emprendimiento y actualizarse con leyes o normas relacionadas a emprender permitirá que no exista problemas legales en un futuro.

Tabla 5. Evaluación a proveedores actuales

FACTORES	VALORACIÓN										
	0,04		0,07		0,14		0,25		0,5		1
Evaluación a proveedores actuales	No e Ineficientes		Regulares		Buenos		Muy Buenos		Excelentes		
Precios	8	0,32	50	3,5	90	12,6	35	8,75	8	4	29,17
Cantidad	8	0,32	30	2,1	101	14,14	45	11,25	7	3,5	31,31
Calidad de la atención	4	0,16	10	0,7	79	11,06	80	20	18	9	40,92
Calidad de los productos	5	0,2	7	0,49	45	6,3	99	24,75	35	17,5	49,24
Flexibilidad a nuestras necesidades	6	0,24	17	1,19	89	12,46	67	16,75	12	6	36,64
Variedad de productos	10	0,4	17	1,19	80	11,2	69	17,25	15	7,5	37,54
Relación precio – volumen de compra	15	0,6	37	2,59	72	10,08	54	13,5	13	6,5	33,27
Reconocimiento en el mercado	8	0,32	3	0,21	40	5,6	80	20	60	30	56,13
Velocidad de la atención	10	0,4	7	0,49	67	9,38	92	23	15	7,5	40,77
Cumplimiento de plazos de entrega Stock	26	1,04	14	0,98	64	8,96	68	17	19	9,5	37,48
Garantías	23	0,92	15	1,05	69	9,66	68	17	16	8	36,63

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada por los autores

Gráfico 5. Evaluación a proveedores actuales



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada por los autores

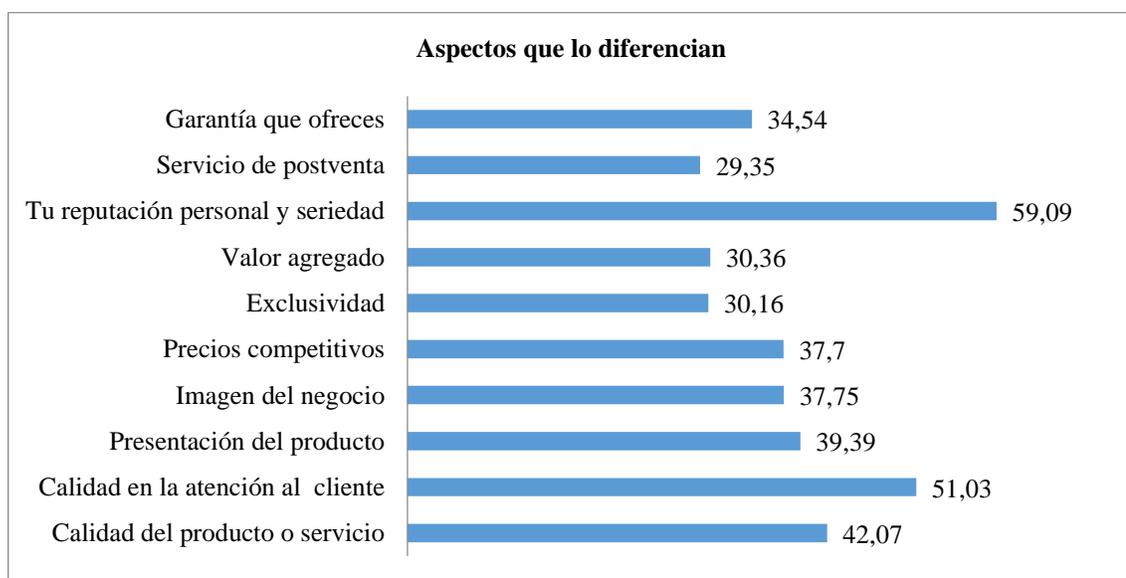
Análisis e interpretación de datos. La respectiva evaluación a proveedores actuales da a conocer que la calidad de los productos que son ofrecidos por los proveedores y la excelente calidad en la atención por parte de los suministradores de productos benefician a su emprendimiento en el proceso de sostenibilidad y el reconocimiento en el mercado de estas empresas proveedoras brinda la confianza y fidelidad de sus clientes, además de atraer clientes potenciales, en tanto que los precios y la relación de estos con el volumen de compra no es tan buena por lo que se debe negociar en este aspecto y la cantidad necesaria que les pueden ofertar debe ser más eficiente y conocer con mayor profundidad en este aspecto.

Tabla 6. Evaluación de los aspectos que los diferencian

FACTORES	VALORACIÓN										
	0,04		0,07		0,14		0,25		0,5		1
Aspectos que lo diferencian de la competencia	No y Muy por debajo		Ligeramente Bajo		Casi Iguales		Mucho Mejor		Superior por Mucho		
Calidad del producto o servicio	3	0,12	2	0,14	79	11,06	91	22,75	16	8	42,07
Calidad en la atención al cliente	2	0,08	4	0,28	28	3,92	127	31,75	30	15	51,03
Presentación del producto	7	0,28	5	0,35	84	11,76	82	20,5	13	6,5	39,39
Imagen del negocio	4	0,16	13	0,91	87	12,18	76	19	11	5,5	37,75
Precios competitivos	2	0,08	8	0,56	104	14,56	64	16	13	6,5	37,7
Exclusividad	67	2,68	4	0,28	55	7,7	52	13	13	6,5	30,16
Valor agregado	68	2,72	2	0,14	50	7	60	15	11	5,5	30,36
Tu reputación personal y seriedad	2	0,08	3	0,21	20	2,8	108	27	58	29	59,09
Servicio de postventa	82	3,28	4	0,28	36	5,04	55	13,75	14	7	29,35
Garantía que ofreces	51	2,04	5	0,35	35	4,9	91	22,75	9	4,5	34,54

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada por los autores

Gráfico 6. Evaluación de los aspectos que los diferencian



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada por los autores

Análisis e interpretación de datos. Dentro de los aspectos que lo diferencian de la competencia se puede observar que la calidad del producto y la respectiva calidad en la atención a sus clientes son las fortalezas en el que se basan para poder competir y mantenerse en el mercado y llegar a ser sostenibles, de igual manera la excelente reputación personal y seriedad permite crear un clima de confianza entre emprendedor y cliente y dentro de los factores que deben ser mejorados de manera inmediata, a través de capacitaciones o estudios personales, son el servicio post-venta, el valor agregado y la exclusividad y así poder llegar a hacer de ellos una ventaja competitiva.

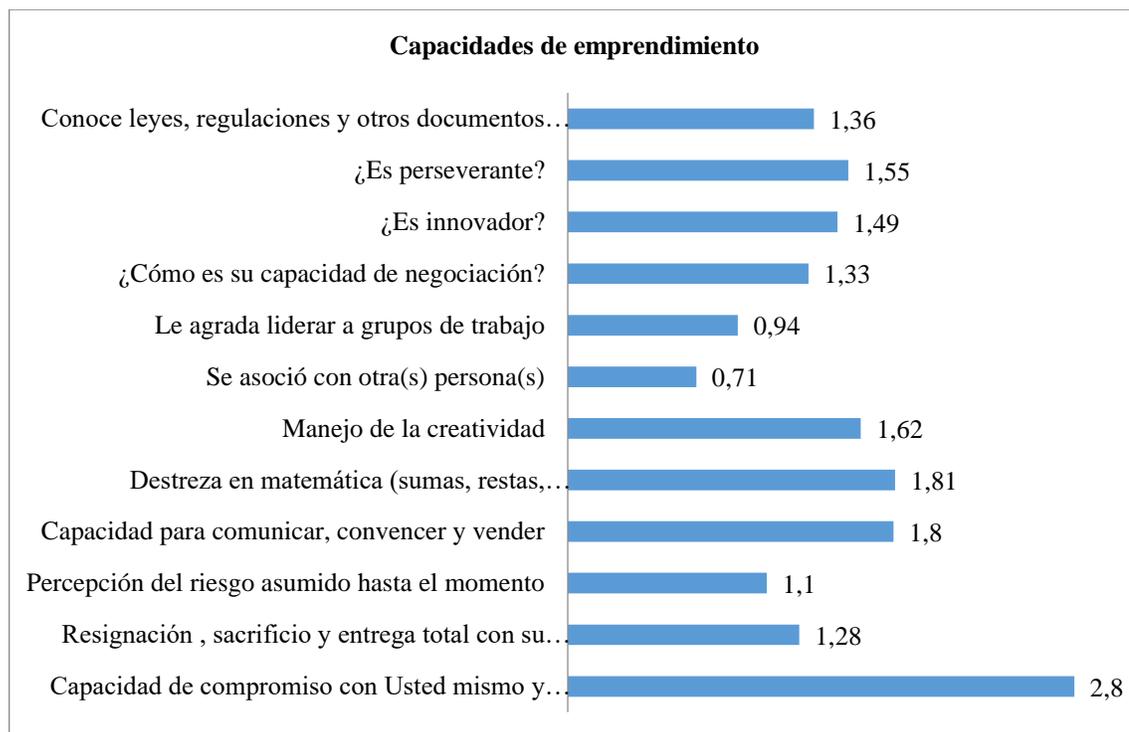
Valoración de los factores de las personas que han fracasado en un emprendimiento

Tabla 7. Evaluación de las capacidades de las personas que fracasaron

FACTORES	VALORACIÓN										
	0,04		0,07		0,14		0,25		0,5		1
Capacidades de emprendimiento	No y Mal		Regular		Bien		Muy Bien		Excelente		Total
Capacidad de compromiso con Usted mismo y su familia	0	0	1	0,07	7	0,98	3	0,75	2	1	2,8
Resignación , sacrificio y entrega total con su emprendimiento	3	0,12	5	0,35	4	0,56	1	0,25	0	0	1,28
Percepción del riesgo asumido hasta el momento	3	0,12	6	0,42	4	0,56	0	0	0	0	1,1
Capacidad para comunicar, convencer y vender	1	0,04	2	0,14	8	1,12	2	0,5	0	0	1,8
Destreza en matemática (sumas, restas, divisiones, multiplicaciones)	2	0,08	2	0,14	6	0,84	3	0,75	0	0	1,81
Manejo de la creatividad	1	0,04	3	0,21	8	1,12	1	0,25	0	0	1,62
Se asoció con otra(s) persona(s)	9	0,36	3	0,21	1	0,14	0	0	0	0	0,71
Le agrada liderar a grupos de trabajo	6	0,24	4	0,28	3	0,42	0	0	0	0	0,94
¿Cómo es su capacidad de negociación?	0	0	7	0,49	6	0,84	0	0	0	0	1,33
¿Es innovador?	3	0,12	2	0,14	7	0,98	1	0,25	0	0	1,49
¿Es perseverante?	1	0,04	4	0,28	7	0,98	1	0,25	0	0	1,55
Conoce leyes, regulaciones y otros documentos sobre emprendimiento	5	0,2	1	0,07	6	0,84	1	0,25	0	0	1,36

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada por los autores

Gráfico 7. Evaluación de las capacidades de las personas que fracasaron



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada por los autores

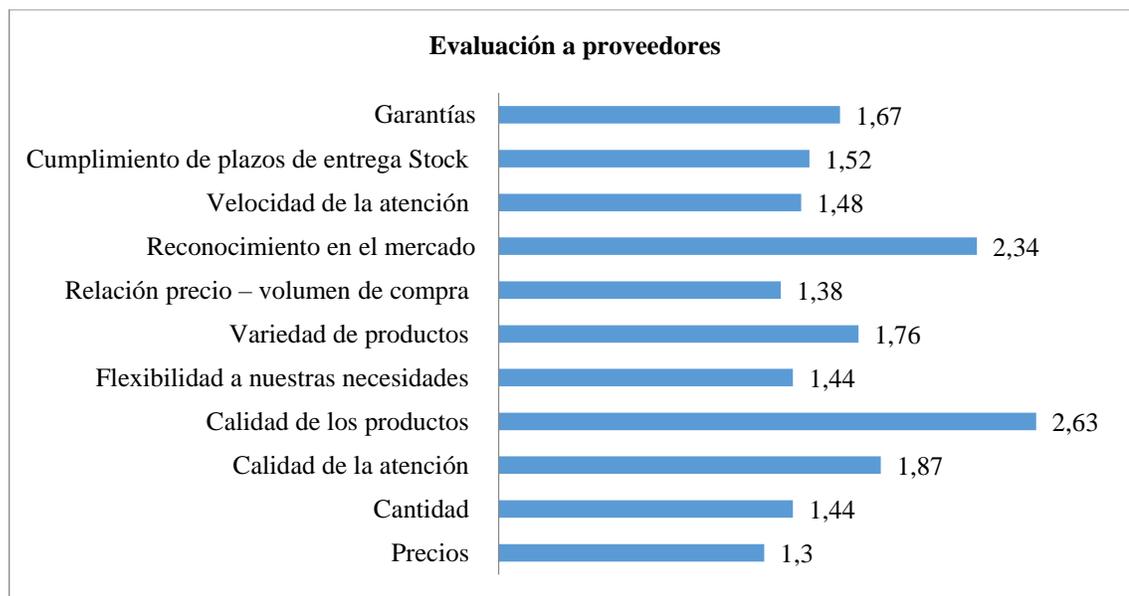
Análisis e interpretación de datos. Según la evaluación a las capacidades emprendedoras se puede decir que a pesar del fracaso, el compromiso con el mismo y su familia, la destreza en las matemáticas y la capacidad para comunicar, convencer y vender son factores que se han mantenido intactas, siendo capacidades que ayudaran en el futuro y los factores que tiene relación al fracaso son: la insuficiente capacidad de búsqueda para percibir el riesgo y poder asumirlo y el no agrado por liderar a equipos de trabajo ha hecho que no piensen en asociarse para emprender o para inyectar capital cuando ya estaba en funcionamiento.

Tabla 8. Evaluación a proveedores pasados

FACTORES	VALORACIÓN										
	0,04		0,07		0,14		0,25		0,5		1
Evaluación a proveedores	No e Ineficientes		Regulares		Buenos		Muy Buenos		Excelentes		
Precios	1	0,04	6	0,42	6	0,84	0	0	0	0	1,3
Cantidad	1	0,04	4	0,28	8	1,12	0	0	0	0	1,44
Calidad de la atención	0	0	4	0,28	6	0,84	3	0,75	0	0	1,87
Calidad de los productos	0	0	3	0,21	3	0,42	6	1,5	1	0,5	2,63
Flexibilidad a nuestras necesidades	1	0,04	4	0,28	8	1,12	0	0	0	0	1,44
Variedad de productos	0	0	4	0,28	7	0,98	2	0,5	0	0	1,76
Relación precio – volumen de compra	1	0,04	8	0,56	2	0,28	2	0,5	0	0	1,38
Reconocimiento en el mercado	1	0,04	1	0,07	7	0,98	3	0,75	1	0,5	2,34
Velocidad de la atención	1	0,04	5	0,35	6	0,84	1	0,25	0	0	1,48
Cumplimiento de plazos de entrega Stock	2	0,08	3	0,21	7	0,98	1	0,25	0	0	1,52
Garantías	2	0,08	4	0,28	4	0,56	3	0,75	0	0	1,67

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada por los autores

Gráfico 8. Evaluación a proveedores pasados



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada por los autores

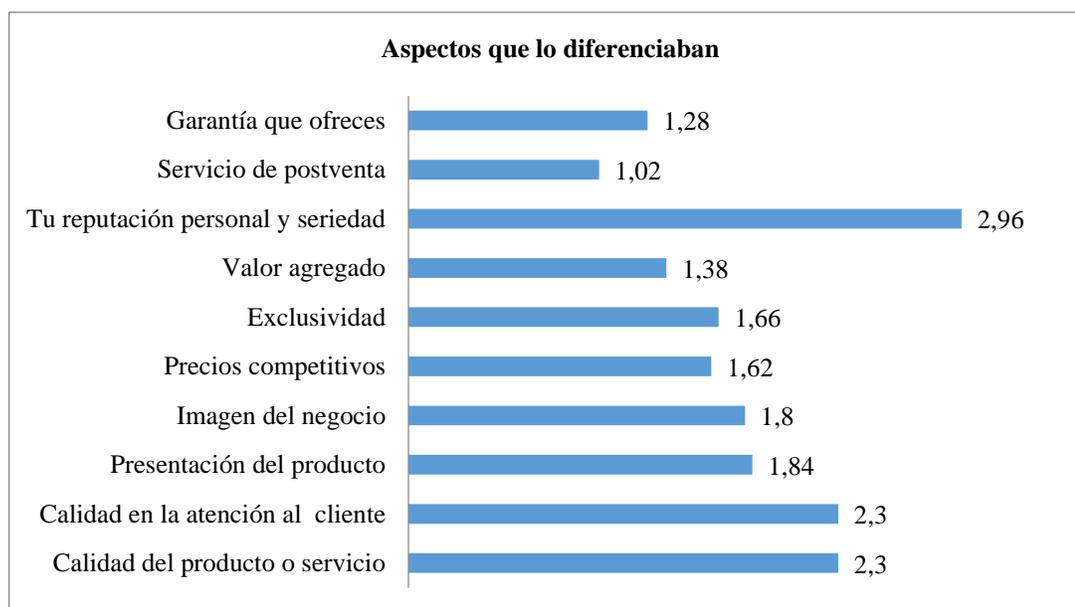
Análisis e interpretación de datos. La respectiva evaluación a proveedores de emprendedores que llegaron a fracasar existen factores que han sido muy buenos como la calidad de los productos, la calidad en la atención y el reconocimiento en el mercado de estas empresas proveedoras y, factores como los precios y la relación de precio y el volumen de compra (descuentos) y la no flexibilidad a las necesidades del emprendedor han sido muy bien comprendidas, aspecto que tal vez influyeron en el fracaso.

Tabla 9. Evaluación de los aspectos que lo diferenciaban

FACTORES	VALORACIÓN										
	0,04		0,07		0,14		0,25		0,5		1
Aspectos que lo diferenciaban de la competencia	No y Muy por debajo		Ligeramente Bajo		Casi Iguales		Mucho Mejor		Superior por Mucho		Total
Calidad del producto o servicio	0	0	1	0,07	7	0,98	5	1,25	0	0	2,3
Calidad en la atención al cliente	0	0	1	0,07	7	0,98	5	1,25	0	0	2,3
Presentación del producto	0	0	6	0,42	3	0,42	4	1	0	0	1,84
Imagen del negocio	0	0	5	0,35	5	0,7	3	0,75	0	0	1,8
Precios competitivos	1	0,04	3	0,21	8	1,12	1	0,25	0	0	1,62
Exclusividad	1	0,04	4	0,28	6	0,84	2	0,5	0	0	1,66
Valor agregado	2	0,08	5	0,35	5	0,7	1	0,25	0	0	1,38
Tu reputación personal y seriedad	0	0	1	0,07	1	0,14	11	2,75	0	0	2,96
Servicio de postventa	7	0,28	3	0,21	2	0,28	1	0,25	0	0	1,02
Garantía que ofreces	3	0,12	5	0,35	4	0,56	1	0,25	0	0	1,28

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada por los autores

Gráfico 9. Evaluación de los aspectos que lo diferenciaban



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada por los autores

Análisis e interpretación de datos. Los aspectos que se puede rescatar a pesar de haber llegado al cese de su emprendimiento son la calidad del producto y la calidad en la atención a sus cliente y, la reputación personal y seriedad, pero no han sido suficientes para no llegar al fracaso lo que da a conocer que se debió a otros factores inherentes al emprendedor y además los factores que no pudieron ser mejorados son el servicio post-venta, el valor agregado y la garantía a ofrecer.

Determinar cuáles son los factores claves y críticos que influyen en la sostenibilidad de los emprendimientos del cantón

Para determinar los factores claves y críticos, se tomó de base la evaluación de los factores que inciden en la sostenibilidad de los emprendimientos.

Tabla 10. Factores claves y críticos para emprender

	FACTORES CLAVES	FACTORES CRÍTICOS
PERSONAS QUE DESEAN EMPRENDER	<ul style="list-style-type: none"> • Perseverancia. • Destreza en operaciones básicas de matemáticas. • Calidad de los productos. • Proveedores reconocidos en el mercado. • Muy buena reputación personal y seriedad. • Excelente atención al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • No asociarse con otras personas. • Percepción del riesgo que puede contraer. • Tiene alguna referencia en la Relación precio – volumen de compra. • Limitado conocimiento de los precios. • Bajo servicio post-venta. • Insuficiente valor agregado.

Fuente: Evaluación de factores de sostenibilidad

Tabla 11. Factores claves y críticos de emprendimiento

	FACTORES CLAVES	FACTORES CRÍTICOS
PERSONAS QUE POSEEN UN EMPRESA MIENTO	<ul style="list-style-type: none"> • Destreza en operaciones básicas de matemáticas. • Perseverancia. • Proveedores reconocidos en el mercado. • Calidad de los productos. • Muy buena reputación personal y seriedad. • Excelente atención al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • No asociarse con otras personas. • Percepción del riesgo asumido hasta el momento. • Limitado conocimiento acerca de los precios. • Baja cantidad de productos que les pueden ofertar. • Bajo servicio post-venta. • Deficiente exclusividad.

Fuente: Evaluación de factores de sostenibilidad

Tabla 12. Factores claves y críticos de fracaso

	FACTORES CLAVES	FACTORES CRÍTICOS
PERSONAS QUE FRACASAN EN UN EMPRENDIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de compromiso con usted mismo y su familia. • Destreza en operaciones básicas de las matemáticas. • Calidad de los productos. • Proveedores reconocidos en el mercado. • Muy buena reputación personal y seriedad. • Calidad en la atención al cliente y, del producto y/o servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • No asociarse con otras personas. • Poco agrado para liderar a grupos de trabajo • Precios considerados regulares (altos). • Poca relación de precio – volumen de compra. • Bajo servicio post-venta. • Deficientes garantías ofertadas.

Fuente: Evaluación de factores de sostenibilidad

DISCUSIÓN

Conclusiones

La investigación fue exitosa ya que se cumplieron los objetivos planteados dentro del proyecto, se identificó los factores claves y críticos que inciden en la sostenibilidad en los emprendimientos en el cantón Caluma.

En las personas que poseen un emprendimiento, los factores claves son: la excelente destreza en operaciones básicas de matemáticas (58,24) ayuda a visualizar cuál es su verdadera situación económica realizando un contraste entre varios periodos de tiempo y analizar el verdadero crecimiento de su negocio, si estos resultados son los adecuados su perseverancia (53,52) permite que los emprendedores busquen la manera de superar todas las dificultades que se les presenta, ya que trabajan con proveedores reconocidos en el mercado (56,13) que le ofertan productos de calidad (49,24) esto hace que el dueño del negocio no destine mucho dinero en la parte de publicidad ya que los productos son conocidos en la sociedad y la calidad genera mayor confianza en la mente del consumidor para ser adquiridos, la buena reputación personal y seriedad (59,09) va de la mano con la muy buena atención al cliente (51,03) proporciona mayor confianza y fidelidad en los clientes.

Dentro de las personas que desean emprender, los factores claves son: para llegar a ser sostenibles con su negocio tienen en la perseverancia (58,24) un factor determinante del éxito esto permite desarrollar alternativas que resuelvan problemas, la muy buena destreza en matemáticas (38,4) ayuda a tomar acciones necesarias de carácter económico, trabajar con proveedores reconocidos (56,13) que brindan productos de calidad (49,24) relativamente obtendrán los mismos resultados de quienes poseen un emprendimiento y la buena reputación y la seriedad (59,09) con la cual ellos piensan trabajar hará atraer mayores clientes, su carisma brinda un excelente atención a los consumidores (51,03) permite que su negocio fluya hacia la sostenibilidad.

Los factores críticos que se asemejan entre personas que desean emprender y quienes poseen un negocio son: la mentalidad de asociación con otras personas que poseen conocimientos, habilidades y destrezas en diferentes áreas beneficia al desarrollo de nuevas alternativas en pro de mejora continua debe ser modificada si quieren llegar al crecimiento empresarial de esta manera ayudaran eliminar la debilidad que poseen acerca de la percepción del riesgo latente en el medio en el cual se desenvuelven, el limitado conocimientos de los precios que los proveedores les ofertan en cada uno de los productos es un factor que de manera inmediata busquen una mejor solución ya que un menor precio se verá reflejada en mayores utilidades, así mismo el bajo servicio post-venta solo les está desviando al camino del fracaso por lo que tienen que estar alerta y darle el seguimiento respectivo al producto vendido y conocer si satisface las necesidades y deseos de las personas.

En las personas que han fracasado en un emprendimientos aunque no se puede hacer nada los factores críticos son: no haberse asociado (0,71) ya que no le agradaba liderar equipos de trabajo (0,94) esto tal vez género que cuando surgió problemas el solo no pudo enfrentarlos y controlarlos generando inestabilidad en la situación económica del negocio, el poco conocimiento de los precios (1.13), así como la relación de estos con el volumen de compra (1,38) ocasiono que los descuentos por parte de los proveedores se transformaran en beneficios para su emprendimiento, el bajo servicio post-venta (1,02) consintió que esta persona no se dedicara a verificar si el producto que fue vendido cumpla con los requerimientos del cliente y no mantener la preocupación de ayudar a solucionar los inconvenientes que el consumidor haya manifestado es algo que determino por completo el fracaso ya que no ofrecía una adecuada garantía (1,28) de los artículos entregados.

A pesar de su cierre de actividades comerciales se puede rescatar en estas personas algunas cualidades que se convierten en factores claves como lo son: el compromiso con el mismo y la familia (2,8) y su buena habilidad en las matemáticas (1,81) esto le ayudara a buscar la forma de seguir adelante en cualquier actividad que el incurriere o decida emprender en algo diferente tomando en cuenta todos sus factores críticos, cambiándolos rotundamente y lleguen a ser parte de la sostenibilidad, ya que el trabajo con productos de calidad (2,63) y conoce quienes son los proveedores reconocidos en el mercado (2,34), ya que la forma de cómo le conocen y su seriedad (2,96) se mantiene intacta en las demás personas, siendo algo fundamental para cuando decida volver con más ganas a emprender.

Otros factores de sostenibilidad y éxito que se determina son: el poseer conocimientos previos de las actividades que se quiere realiza y se realizó colabora a que en sus primeros años no exista muchos inconvenientes y se sabe cómo afrontarlos, la excelente capacidad para comunicar, convencer y vender ayuda a mejorar los ingresos y atraer a clientes potenciales siempre con la mentalidad de resignación, sacrificio y entrega total con su emprendimiento lo que concibe estar alerta y buscando siempre mejoras que logren un desarrollo del negocio, así como también iniciar con ahorros propios hace que su dinero genera mayor ganancia al no tener el límite de tiempo para ser devuelto y pagar intereses, y hacer de la innovación un principio rutinario es algo fundamental ya que con las mejoras que realice en el producto, el servicio y las actividades administrativas, financieras, sociales, etc., conseguirá crecimiento y sostenibilidad.

El factor por el cual las personas que desean emprender es por motivos de necesidad económica (45%), mientras en quienes poseen un negocio lo hicieron porque visualizaron oportunidades de negocio (35%) y en las personas que fracasaron en un emprendimiento las mayores afectaciones que pudieron sentir son en los aspectos sociales (38%) y en lo familiar el impacto es alto (23%).

Tomando en cuenta las opiniones de los encuestados en el Cantón Caluma y el procesamiento de datos de las respectivas encuestas para la realización de la investigación, se puede concluir que:

Los hombres tienen el mayor deseo de emprender con un 53% los mismos que en su mayoría (41%) emprenderían por necesidad económica (aunque con poca diferencia de oportunidad de negocio: 37%), donde las edades se encuentran entre 35 y 39 años con un nivel de escolaridad nivel medio (secundaria); en tanto que el 47 % de las mujeres tienen la iniciativa de emprender, así mismo la mitad (50%) lo harían por motivos de necesidad económica, verificando que las edades se asemejan a la de los hombres y su nivel escolaridad está el nivel secundario, manifestando que los ingresos ya sea porque están trabajando en instituciones públicas o privadas no es suficiente o en el sector campesino no se genera buenos ingresos y va de la mano con que la mayoría no pudieron seguir formándose profesionalmente.

Dentro del grupo de personas que poseen un emprendimiento existe igualdad entre hombres y mujeres en cuanto a la implementación y desarrollo de un emprendimiento (50%), dándose cambios significativos en los factores que le motivaron a emprender: siendo el 37% de hombres quienes iniciaron porque captaron y visualizaron oportunidades de emprendimiento, encontrándose en el grupo etario entre 40 y 49 años en la actualidad, poseyendo la mayoría una formación académica de nivel secundario y el tiempo de experiencia en la actividad refleja un intervalo entre 6 y 10 años. Mientras el 37% de las mujeres empezaron la actividad emprendedora por necesidad de independencia laboral, donde las edades fluctúan entre 35 y 44 años hasta la fecha, más de la mitad poseen un nivel de escolaridad nivel secundario y la experiencia en el emprendimiento está entre 1 y 5 años.

El 46% de las mujeres que han fracasado en un emprendimiento tienen una edad promedio de 45 años, con un nivel de estudios primarios, los mismos que mantuvieron sus emprendimientos entre uno y cinco años, en el caso del (54%) de los hombres sus edades están entre 40 y 44, teniendo conocimientos de nivel secundarios y el tiempo que mantuvo la actividad emprendedora fue igual al de las mujeres.

El conocimiento previo de la actividad que realizaban: el 67% de las mujeres no poseían saberes acerca del emprendimiento siendo tal vez este un factor determinante en fracaso, en cambio el 58% los hombres si tenían nociones emprendedoras pero no las suficientes para evitar el fracaso; el 83% y el 58% de las mujeres y hombres respectivamente, no tenían tradición en su familia acerca de la actividad.

Dentro del grupo de los hombres que fracasaron la gran mayoría (6) utilizaron ahorros propios necesarios para cubrir los costos de arrendamiento de local y la promoción de sus productos y/o servicios lo hacían por cuenta propia a través de amigos, familiares y vecinos proporcionándoles ingresos mensuales hasta mil dólares; mientras tanto las mujeres que terminaron sus actividades emprendedoras, suministran la misma información precedente relacionada al de los hombres (Vías de financiamiento, Local comercial, Promoción y publicidad e Ingresos).

Las mayores afectaciones que han sufrido con el fracaso del emprendimiento son: en las mujeres manifiestan que en el ámbito psicológico ligeramente afecta, los problemas financieros no son relevantes, en tanto que las repercusiones sociales afecta en algo y en lo familiar las consecuencias se pueden sentir; así como los hombres expresaron que en lo psicológico se asimila al de las mujeres, los inconvenientes financieros afecta de manera considerable, en el ámbito social se siente algo de recelo y en lo familiar ligeramente afectado.

Recomendaciones

A las personas emprendedoras tomar en cuenta los factores claves y críticos determinados en la presente investigación y busquen la manera de potencializar sus puntos fuertes y mejoren sus debilidades, así como realizar un análisis de factores externo que les permitan visualizar y aprovechen las oportunidades y eviten las amenazas.

Crear una cultura investigativa en las nuevas generaciones como son los niños y jóvenes mediante la educación inicial y media y, a las personas que están en proceso de formación superior en adelante obtengan nuevos y mejores conocimientos mediante la formación continua para que seamos los promotores del desarrollo local, regional y del país mediante la aplicación de conocimientos obtenidos durante todo el transcurso de su vida personal y su preparación profesional, logrando un verdadero impacto en la solución de todo tipo de problemas, mejorando sustancialmente la calidad de vida de las personas dentro del contexto en que nos desenvolvemos.

A todas las personas que tengan una idea o un sueño de algún negocio hagan hasta lo imposible para hacerlo realidad, pensando siempre en asociarse con personas que poseen conocimientos en diversas áreas, realizando un estudio de mercado y un plan de negocios siendo las bases principales y sostenibles del negocio, ya que de esta manera se va a generar nuevas fuentes de empleo, ingresos propios, desarrollo local y alcanzar su autorrealización.

A los docentes y estudiantes Universitarios y, personas en general tomen de base nuestra investigación realizada a los emprendimientos en el cantón Caluma, sirviendo como una pauta para futuras investigaciones donde se pueda desarrollar proyectos acerca del mejoramiento e innovación de los negocios, alcanzando de esta manera el éxito empresarial y personal a través de la mejora continua permitiendo obtener la confianza y fidelidad de los clientes actuales, así como la atracción de clientes potenciales.

A la Universidad Estatal de Bolívar, de manera especial al departamento de Vinculación, estructuren proyectos que integren estudiantes de diferentes carreras que ayuden a modificar los factores críticos que inciden en la sostenibilidad de los emprendimientos en el cantón Caluma.

A la Universidad Estatal de Bolívar, realicen una investigación de factibilidad que permita crear nuevas modalidades de titulación, como puede ser la creación de empresas dentro de la provincia Bolívar y su respectivo seguimiento para que de este modo se logre un mayor crecimiento y desarrollo económico, social y cultural.

A las Instituciones del Estado referentes al campo emprendedor y a los GADs, planifiquen e implementen seminarios que ayuden a desarrollar y mejorar los conocimientos en temas de direccionamiento y desarrollo organizacional o capacitaciones técnicas que permitan perfeccionar sus habilidades y destrezas.

A las Instituciones Financieras mejoren el servicio de créditos, brindando mayores facilidades a las personas para acceder a préstamos, así como también ofertar asesorías técnicas en el ámbito financiero, administrativo y social.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Carrasco, I, y Castaño, R. (2008). *El emprendedor schumpeteriano y el contexto social*. Dialnet, Información Comercial Española, (ICE). pp. 121-134. Recuperado de: http://www.revistasice.com/cache/pdf/ICE_845_121_134__F6565B36FDFD765A932BB8BEEE9AAB41.pdf
- Castillo, A. (1999). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional*. INTEC-CHILE
- Hernández, R., Fernández C. y Baptista P. (1991). *Metodología de la investigación*. México D.F., México: McGRAW-HILL.
- Hollinger vs. Conrad black. (20 de abril de 2010). [Mensaje en un blog]. Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible. Recuperado de <http://hollinger-conradblack2004.blogspot.com/2010/04/teoria-de-las-tres-dimensiones-de.html>
- Inalde - Busines School - Universidad de la Sabana. (2015). *Guía para la sostenibilidad corporativa*. Recuperado de <http://www.inalde.edu.co/knowledge/blog-rse-20/detalle-articulo-del-blog/ic/guia-para-la-sostenibilidad-corporativa/icac/show/Content/>
- Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X. e Izquierdo, E., (2015). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2014*. Recuperado de <http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/libros/gemecuador2014.pdf>
- Münch, L. y Ángeles, E., (2007). *Métodos y técnicas de investigación*. México D.F., México: Trillas.

Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2014). Empresas sostenibles: creación de más y mejores empleos. Recuperado de http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---ed_emp_msu/documents/publication/wcms_185282.pdf

Rodríguez, C. (20 de mayo del 2012). Sostenibilidad en las empresas [Mensaje en un blog]. Recuperado de <http://www.eoi.es/blogs/carollirenerodriguez/2012/05/20/sostenibilidad-en-las-empresas/>

Schnarch, A. (2013). *Marketing para pymes: un enfoque para Latinoamérica*. Bogotá, Colombia: Alfaomega S.A.

APÉNDICES

Anexo 1. 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 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.

Características	0	1	2	3	4	5
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 el propio cantón 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 promocionaría 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

Factores	0	1	2	3	4	5
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:

- Hasta 1000 USD.
- 1001 - 2000 USD.
- 2001 - 4000 USD.
- 4001 - 8000 USD.
- 8001 - 10000 USD.
- Más de 10000 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.

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 Fuentes.						

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.

Anexo 2. 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;

5: Excelente

Características	0	1	2	3	4	5
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 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.

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.- ¿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 el cantón 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.

___ 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.

Factores	0	1	2	3	4	5
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:

- ___ Hasta 1000 USD.
- ___ 1001 - 2000 USD.
- ___ 2001 - 4000 USD.
- ___ 4001 - 8000 USD.
- ___ 8001 - 10000 USD.
- ___ Más de 10000 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. y 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 Fuentes.						

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.

Factores	0	1	2	3	4	5
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.

Anexo 3. 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 encontraban sus capacidades de 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; y 5: Excelente

Características	0	1	2	3	4	5
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?

Giro del emprendimiento	
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?

Sí. ____ No. ____

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

Sí. ____ 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 Cantón?

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.

___ 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

Factores	0	1	2	3	4	5
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?

- Hasta 1000 USD.
- 1001 - 2000 USD.
- 2001 - 4000 USD.
- 4001 - 8000 USD.
- 8001 – 10000 USD.
- Más de 10000 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.

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

AGRADECEMOS SU COLABORACIÓN.

Anexo 4. Mapa geo referenciado del lugar donde se realizó el proyecto de investigación



Anexo 5. Realizando las encuestas a personas emprendedoras



Anexo 6. Cronograma de actividades para realización del proyecto de investigación

TEMA: “FACTORES QUE INCIDEN EN LA SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN EL CANTÓN CALUMA, PROVINCIA BOLÍVAR, EN EL PERÍODO 2015-2016”

DIRECTOR: ING. ALFREDO ARMANDO RODRÍGUEZ GUZMÁN MSc.

AUTORES: WILSON PATRICIO VERDEZOTO GAIBOR Y CRISTIAN JAVIER SISALEMA TIBANLOMBO

Actividad	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep
1. Investigación bibliográfica								
2. Elaboración del marco teórico								
3. Diseño de los instrumentos								
4. Trabajo de campo (recolección de datos, aplicación de técnicas, etc.)								
5. Procesamiento de los datos								
6. Análisis de los datos								
7. Redacción del borrador								
8. Revisión y corrección del borrador								
9. Presentación del proyecto a los pares, realización de correcciones en base a revisión de los pares y director.								
10. Defensa								

Anexo 7. Presupuesto

Concepto		Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Impresiones de encuestas		15	0,05	0,75
Copias de encuestas		488	0,03	14,64
Transporte	Guaranda - Caluma (Ida y Vuelta)	60	3,25	195
	Internamente en Caluma	10	1	10
Comida	Desayuno	20	2	40
	Almuerzo	30	2,5	75
	Merienda	16	2	32
Impresión del proyecto e informe final para revisión		2	15	30
Impresión del proyecto e informe final		3	15	45
CD's con portada		2	2,5	5
Empastado		1	20	20
TOTAL				467,39