



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

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

CARRERA DE MERCADOTECNIA

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN MERCADOTECNIA**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**“ESTUDIO DE MERCADO PARA LA SOSTENIBILIDAD DE
POTENCIALES EMPRENDIMIENTOS DE LA CIUDAD DE GUARANDA,
PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2023”**

AUTORA:

TANYA MARGARITA ZARUMA ZARUMA

DIRECTOR:

Ing. CHARLES PAÚL VISCARRA ARMIJOS

**GUARANDA – ECUADOR
2023**

TEMA

“ESTUDIO DE MERCADO PARA LA SOSTENIBILIDAD DE
POTENCIALES EMPRENDIMIENTOS DE LA CIUDAD DE GUARANDA,
PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2023”

AGRADECIMIENTO

En esta etapa de mi vida quiero agradecer principalmente a Dios por brindarme luz, esperanza y fe en momentos de agonía, agradecida con mi familia, amigos, docentes. De manera especial a mi esposo Luis Vásquez, que, con su apoyo, incondicionalidad, compañía ha sido uno de los principales pilares para poder hoy culminar con esta etapa que un día llegamos a pensar que sería algo imposible para nosotros, gracias a tu amor hacia mí, pude lograr este gran sueño que un día lo soñamos y hoy los estamos viviendo. A mi madre Paola Zaruma quien fue mi soporte en momentos difíciles, a mi querida abuelita Rosario gracias mamita por cuidar de mi hijo mientras yo buscaba este gran sueño que hoy también es su triunfo mamá, a mi querido hijo que a su corta edad lleno de valor y perseverancia a una madre con sueños e ilusiones.

A mi director de tesis Ing. Charles Viscarra quien me supo acompañar, motivar y sobre todo guiar en el proceso de la elaboración del presente trabajo. Mis pares académicos Ing. Iván Yacchirema e Ing. Rocío Núñez quienes de igual manera han estado presentes ante cualquier duda, expresando cada una de sus sugerencias para el mejoramiento de esta investigación. Y no menos importante gracias a esas amigas que he podido lograr en este camino, Ivonne Gaibor y Sheyla Riascos por sus consejos, por las locuras en verdad quedo agradecida por cada palabra, apoyo, motivación que en verdad llenaron de luz en un momento tan duro gracias amigas sé que esta amistad seguirá siendo honesta, verdadera y larga, este lazo que creamos es único.

Tanya Margarita Zaruma Zaruma

DEDICATORIA

Ante todo, dedico el presente trabajo, a mi esposo e hijo que motivaron y apoyaron cada momento de esta dura travesía, son ustedes el motor para seguir luchando por las metas.

A mi madre Paola Zaruma, quien velaba por mí en todo momento, a mi abuelita Rosario Taris que con sus palabras de motivación y apoyo brindaron fuerza para lograr la meta, a mis abuelitos Margarita y Antonio que, aunque ya no estén físicamente hoy sus sueños se ven reflejados en mí.

A mis Docentes de la carrera por brindarme sus mejores conocimientos, su ayuda y apoyo han sido fundamental en este proceso de aprendizaje y enseñanza, a mi director Académico Ing. Charles Viscarra que sin su ayuda no hubiese tenido la dicha de graduarme exitosamente y a toda mi familia que con su cariño supieron brindarme valor para seguir con este gran propósito de superación y culminar mis estudios académicos.

Especialmente dedicado a estas personas maravillosas el presente trabajo que es fruto de mi esfuerzo, trabajo y dedicación.

Tanya Margarita Zaruma Zaruma

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN



UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
MERCADOTECNIA

FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS,
GESTIÓN EMPRESARIAL
E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

MBA. Charles Paul Viscarra Armijos, Ing Iván Yacchirema, Ing Rocío Núñez, en su orden de director y pares académicos del Trabajo de Integración Curricular “**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA SOSTENIBILIDAD DE POTENCIALES EMPRENDIMIENTOS DE LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2023**”, desarrollado por la señorita **ZARUMA ZARUMA TANNYA MARGARITA**

CERTIFICAN

Que, luego de haber revisado el trabajo de integración Curricular en su totalidad cumple con las exigencias académicas de la **Carrera de Mercadotecnia** por lo tanto autorizamos su presentación y defensa.

Guaranda 17 de marzo del 2023

ING. CHARLES VISCARRA

DIRECTOR

Ing. ROCÍO NÚÑEZ
PAR ACADÉMICO

Ing. IVÁN YACCHIREMA
PAR ACADÉMICO

DERECHOS DE AUTOR



**BIBLIOTECA
GENERAL**

DERECHOS DE AUTOR

Yo **Tanya Margarita Zaruma Zaruma** portadora de la Cédula de Identidad No **0202371910** en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: **ESTUDIO DE MERCADO PARA LA SOSTENIBILIDAD DE POTENCIALES EMPRENDIMIENTOS DE LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2023**, modalidad Trabajo de integración curricular, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Los autores declaran que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.



Tanya Margarita Zaruma Zaruma

ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
CERTIFICADO DE VALIDACIÓN	iv
DERECHOS DE AUTOR.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
INTRODUCCIÓN	1
RESUMEN.....	3
ABSTRACT	4
CAPÍTULO I.....	5
FORMULACIÓN GENERAL DE PROYECTOS	5
1.1 Descripción del Problema.....	5
1.2 Formulación del Problema	9
1.3 Preguntas de Investigación.....	9
1.4 Justificación.....	10
1.5 Objetivos: General y Específicos	11

1.5.1	Objetivo general	11
1.5.2	Objetivos específicos.....	11
1.6	Variables.....	11
1.6.1	Variable Independiente.....	11
1.6.2	Variable Dependiente	11
1.6.3	Operacionalización de Variables.....	12
CAPÍTULO II		15
MARCO TEÓRICO.....		15
2.1	Antecedentes	15
2.2	Científico.....	18
2.3	Conceptual.....	21
2.4	Legal.....	26
2.5	Georreferencial.....	29
CAPÍTULO III		34
METODOLOGÍA		34
3.1	Tipo de Investigación	34
3.1.1	Investigación Descriptiva.....	34
3.2	Enfoque de la Investigación	34
3.2.1	Enfoque de Investigación Cualitativo.....	34

3.2.2 Enfoque Cuantitativo.....	35
3.3 Métodos de Investigación.....	35
2.5.1 Método Inductivo	35
2.5.2 Método Deductivo	36
3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	36
3.4.1 Técnicas.....	36
3.4.1.1 Encuestas.....	36
3.4.2 Instrumento de recopilación de datos	37
3.4.2.1 Cuestionario	37
3.5 Universo, población y muestra.....	37
3.5.1 Universo	37
3.5.2 Población.....	38
3.5.3 Muestra.....	38
3.5.4 Cálculo del tamaño de la muestra de los emprendimientos en la ciudad de Guaranda.....	39
3.5.5 Cálculo del tamaño de la muestra en la ciudad de Guaranda.....	40
3.6 Procesamiento de la Información.....	41
CAPÍTULO IV	42
RESULTADOS Y DISCUSION.....	42

4.1 Encuesta a usuarios	42
4.1.1 Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados	58
4.2 Encuesta a emprendedores	60
4.2.1 Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados	76
CAPÍTULO V	78
5.1 Introducción.....	78
5.3.1 Objetivo general	81
5.3.2 Objetivos del informe	81
5.4 Análisis situacional.....	81
5.5 Foda.....	84
CONCLUSIONES	88
RECOMENDACIONES	89
BIBLIOGRAFÍA.....	90
ANEXOS.....	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variable Independiente.....	12
Tabla 2 Variable Dependiente.....	13
Tabla 3 Edad de usuarios.....	42
Tabla 4 Género de Usuarios	43
Tabla 5 Parroquia	44
Tabla 6 Nivel de educación.....	45
Tabla 7 Importancia del emprendimiento en la ciudad de Guaranda.....	46
Tabla 8 Tipo de emprendimientos.....	47
Tabla 9 Características de un emprendedor	49
Tabla 10 Emprendimientos actuales satisfacen la demanda.....	51
Tabla 11 Emprendimientos a establecer dentro de la ciudad de Guaranda..	52
Tabla 12 Modelos de emprendimientos nuevos	54
Tabla 13 Lugares comerciales de la ciudad de Guaranda.	55
Tabla 14 Publicidad para emprendimientos	56
Tabla 15 Edad de emprendedores	60
Tabla 16 Género de emprendedores.....	61
Tabla 17 Nivel de educación.....	62
Tabla 18 Parroquia	63
Tabla 19 Conocimiento en emprendimiento	64
Tabla 20 Tipo de emprendimientos.....	65
Tabla 21. Tradición familiar.....	66
Tabla 22 Motivo de emprendimiento	67

Tabla 23 Estudio técnico	68
Tabla 24 Tiempo en el mercado local	69
Tabla 25 Requisito con el que debe constar un emprendimiento.	70
Tabla 26 Capacidad económica a la hora de emprender	71
Tabla 27 Dificultad para emprender en la ciudad de Guaranda	72
Tabla 28 Conocimiento profesional para emprender	73
Tabla 29 Posibles emprendimientos que cuenten con gran potencial	74
Tabla 30 Un buen estado emocional ayuda a emprender	75
Tabla 31 Foda emprendedores	84
Tabla 32 Presupuesto.....	104

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Edad de Usuarios.....	42
Gráfico 2. Género de usuarios	43
Gráfico 3. Parroquia	44
Gráfico 4. Nivel de Educación	45
Gráfico 5. Importancia del emprendimiento en la ciudad de Guaranda.....	46
Gráfico 6. Tipo de Emprendimientos	48
Gráfico 7. Características de un emprendedor.	49
Gráfico 8. Emprendimientos actuales satisfacen la demanda.	51
Gráfico 9. Emprendimientos a establecer dentro de la ciudad de Guaranda..	52
Gráfico 10. Modelos de emprendimientos nuevos.....	54
Gráfico 11. Lugares comerciales de la ciudad de Guaranda.....	55
Gráfico 12. Publicidad para emprendimientos.....	56
Gráfico 13. Medio publicitario idóneo para darse a conocer.....	57
Gráfico 14. Edad de emprendedores	60
Gráfico 15. Género de emprendedores.....	61
Gráfico 16. Nivel de Educación	62
Gráfico 17. Parroquia	63
Gráfico 18. Conocimiento en emprendimiento.....	64
Gráfico 19. Tipo de emprendimientos.....	65
Gráfico 20. Tradición familiar.....	66
Gráfico 21. Motivo de emprendimiento.....	67
Gráfico 22. Estudio técnico.....	68

Gráfico 23. Tiempo en el mercado local.	69
Gráfico 24. Requisito con el que debe constar un emprendimiento.	70
Gráfico 25. Capacidad económica a la hora de emprender.	71
Gráfico 26. Dificultad para emprender en la ciudad de Guaranda.	72
Gráfico 27. Conocimiento profesional para emprender.	73
Gráfico 28. Posibles emprendimientos que cuenten con gran potencial.	74
Gráfico 29. Un buen estado emocional ayuda a emprender.	75

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se orienta a la ciudad de Guaranda ante todo identificando factores que inciden en la sostenibilidad de los potenciales emprendimientos, todo el contenido se encuentra estructurado en cinco capítulos, mismos que fomentan la resolución efectiva del tema investigativo, en este sentido:

El capítulo I contiene la formulación general del proyecto donde se inicia con la descripción del problema de investigación, formulación del problema, preguntas de investigación, asimismo se justifica la importancia, factibilidad, beneficiarios y el impacto que genera el trabajo, mismo que pretende ayudar a fomentar la resolución efectiva del tema investigativo, por tal razón el objetivo general fue diseñar un estudio de mercado para la sostenibilidad de potenciales emprendimientos en la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, año 2023.

El capítulo II corresponde al denominado marco teórico donde constan los antecedentes el marco científico, conceptual, legal y geo referencial, donde en cada uno de los apartados se citan distintos aportes relacionados al tema de investigación generado por varios autores, mismo que constituyen las bases fundamentales para sustentar la investigación

El capítulo III comprende el aspecto metodológico empleado, en este se desglosa contenido relacionado al tipo de investigación, enfoque y métodos de investigación, técnicas e instrumentos de recopilación de datos, donde se extrae universo, población y muestra.

El capítulo IV se desglosa la información recaba de la investigación de campo mediante encuestas realizadas a usuarios y emprendedores donde cada uno detalla un análisis con respecto a la pregunta formulada.

Finalmente, un capítulo V que contiene el informe final de investigación del Estudio de Mercado donde se da objetivos a cumplir dentro del informe.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación está enfocado en el Estudio de Mercado para la sostenibilidad de potenciales emprendimientos de la ciudad de Guaranda Provincia Bolívar año 2023, para lo cual se considera que un estudio de mercado es una herramienta fundamental a la hora de conocer acerca de sus segmentos, gustos y preferencias, la sostenibilidad de los emprendimientos han bajado por factores externos que no se pueden controlar, una de ellas es la reciente salida de una pandemia que afecto a muchos emprendimientos, motivos por los cuales varios propietarios tuvieron que cerrar sus negocios y otros tuvieron que adaptarse o modificar sus estrategias para esta era digital que avanza con fuerza a medida que transcurría el tiempo de pandemia.

Con la sostenibilidad de los emprendimientos se busca generar beneficios económicos a largo plazo. Factores que de una u otra manera afectan a los negocios ocasionando el cierre de los mismos, por lo cual es necesario conocerlos, ya que por la presencia de los mismos ha generado el miedo y la ausencia de emprender. Considerando también factores claves para la sostenibilidad de potenciales emprendimientos entre ellos el financiamiento, la capacidad de emprender, tiempo o dedicación al negocio y edad del emprendedor.

Palabras claves: Estudio de mercado, sostenibilidad, emprendimientos, marketing.

ABSTRACT

This research work is focused on the Market Study for the sustainability of potential enterprises in the city of Guaranda, Bolívar Province, year 2023, for which it is considered that a market study is a fundamental tool when it comes to knowing about its segments, tastes and preferences, the sustainability of the ventures have decreased due to external factors that cannot be controlled, one of which is the recent outbreak of a pandemic that affected many ventures, reasons for which several owners had to close their businesses and others had to adapt or modify their strategies for this digital era that advanced strongly as the pandemic time passed.

The sustainability of the ventures seeks to generate long-term economic benefits. Factors that in one way or another affect businesses causing their closure, for which it is necessary to know them, since their presence has generated fear and the absence of undertaking. Also considering key factors for the sustainability of potential ventures, including financing, the ability to undertake, time or dedication to the business, and age of the entrepreneur.

Key words: Market study, sustainability, entrepreneurship, marketing.

CAPÍTULO I.

FORMULACIÓN GENERAL DE PROYECTOS

1.1 Descripción del Problema

El origen de la riqueza y la dinámica en un país se origina en la competitividad que generan las empresas, la cual, se sustenta en la capacidad de los empresarios que lideran estas gestiones. El empresario puede detectar u originar oportunidades, las cuales pueden ser desarrolladas por medio de empresas en diversas dimensiones, micro, pequeña o mediana, que promuevan la iniciativa de una nueva propuesta en relación a productos o servicios innovadores, sumergidos en procesos productivos realmente efectivos, estrategias originales y realmente efectivas, además, de nuevas maneras de organizarse que faciliten la incorporación de nuevos mercados.

Lo antes expuesto genera que el emprendimiento se convierta en un potencial económico elevado, ya que para Moreno & Dueñas, (2017) este es: “el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación” (p. 7). Donde los emprendedores proyectan oportunidades en un escenario que otras personas perciben problemas. Para ello es indispensable un alto grado de tenacidad y logro empresarial, creando cambios en cada una de las etapas en las que evoluciona. Este inicia con una idea que crea un producto o servicio y el éxito de esta idea recae directamente sobre el empresario en lo que respecta a la orientación que pretende asignar a la entidad.

Es por ello que un emprendimiento en líneas generales en mayor tendencia corresponde a la creación de empresas nuevas, una redimensión de alguna existente

o hacia nuevos mercados (Rodríguez, 2019). Representan un gran motor en la economía, que contribuye de manera efectiva al crecimiento económico, desarrollo social y la creación de la cultura empresarial. En este sentido las situaciones que son aprovechadas por el emprendedor, se generan por la diversidad de concepciones relacionadas con el potencial de los recursos, siendo el enfoque del empresario la diversidad de tendencias que se pueden presentar en relación a un producto o servicio específico. Es que para (Terán & Guerrero, 2020) el origen de los emprendimientos es adjudicado a la recesión económica, donde prevalece el desempleo y la orientación se genera por crear una fuente de ingresos.

El crecimiento económico, donde el emprendedor evidencia una oportunidad que puede aprovechar, satisfaciendo un requerimiento que permita ofrecer el talento y la creatividad a razón de ofrecer un producto o servicio innovador y accesible. La presencia de estos a nivel mundial es tan representativa que actualmente, las micro y pequeñas empresas representan el 95% de las entidades que funcionan, por lo que los expertos a nivel económico hacen referencia de que este perfil de empresa posee múltiples ventajas con respecto a empresas grandes. Como por ejemplo mayor aproximación con los clientes, facilitando de esta manera la obtención de datos de primera fuente que optimiza el desarrollo de estrategias para satisfacer los requerimientos (Borja et al., 2020).

El Ecuador se ubica en el puesto 99 entre de 129 países y economías de todo el mundo, en desempeño en materia de innovación, esto, contrastado por el crecimiento económico negativo del país, con valores de alrededor de -7.3%

proyectado por el Fondo Monetario Internacional para el 2020 y a la inestabilidad económica producida por las protestas sociales de octubre de 2019 y los efectos de la crisis sanitaria de la pandemia COVID-19 a nivel global, en la que tienen que ver la globalización, el deterioro del medio ambiente, y la falta de liderazgo empresarial para dar respuesta y soluciones a los retos y oportunidades que se presentan (Vizueta, 2020).

Uno de los elementos que debe considerar el emprendedor es determinar de manera eficiente la viabilidad del desarrollo de la idea para ello es importante que considere antes de tomar cualquier decisión, el hecho de conocer el mercado, para ello existen múltiples herramientas que le podrían funcionar, pero la más efectiva y confiable es el estudio de mercado, la cual, según (Kotler et al., 2004): “consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización” (p. 92). Es por ello que se consolidan un grupo de actividades que son desarrolladas con la intención de reconocer e identificar la respuesta del mercado, proveedores, competencia en relación a un producto o servicio, de igual forma facilita la identificación de aspectos claves como precio del producto, formas de distribución, canales de comunicación.

Cuando no se realiza un estudio de mercado previo, los niveles de riesgo son elevados, ya que al desconocer las preferencias del mercado al cual, se desea incorporar en concreto se presenta un escenario sin diseñar, que limita la acción en relación satisfacer las necesidades de este, por lo que la incertidumbre se eleva al

desconocer preferencias, formas de acceso al cliente y lo que es más peligroso se omite el diagnóstico de la competencia, por lo que se desconocen las ventajas competitivas, omite la aplicación de modelos de marketing que se enfocan en el cliente, se incrementa los niveles de riesgo a nivel estratégico y operativo, se carece de información que faciliten la toma de decisiones, se carece del control en las variables y fluctuaciones del mercado.

En este sentido es lo que actualmente sucede en la ciudad de Guaranda, Provincia de Bolívar, donde se puede observar la presencia de múltiples ofertas de negocios pero los emprendimientos no mantienen una estabilidad de mercado al mediano plazo, debido a la carencia de clientes, alto nivel de competencia que ejecuta acciones emergentes donde en algunos casos no es posible generar una competencia limpia, por lo que genera descapitalización por parte del inversor, además de desmotivación debido a los resultados negativos obtenidos, limitando el desarrollo comercial en la zona y las diversas ofertas gastronómicas, en este sentido y por lo antes expuesto la presente investigación se enfoca en diseñar un estudio de mercado para la sostenibilidad de potenciales emprendimientos de la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, año 2023.

1.2 Formulación del Problema

¿Cuáles son las condiciones del mercado actual que inciden en la sostenibilidad del desarrollo de los emprendimientos en la ciudad de Guaranda, Provincia de Bolívar en el año 2023?

1.3 Preguntas de Investigación

- ¿Considera usted importante la realización de un estudio de mercado?
- ¿Cuenta con una estrategia adecuada de marketing?
- ¿Considera usted que el nivel de educación incide a la hora de emprender?

1.4 Justificación

Esta investigación se orienta hacia el diseño de un estudio de mercado para la sostenibilidad de potenciales emprendimientos de la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, año 2023, cumpliendo con la línea de investigación de Dominio: Economía, empresas y productividad. Línea: Desarrollo Económico y Empresarial. Sub línea: Desarrollo de emprendimiento. El cual, permite demostrar al mercado una visión actualizada, es decir, el progreso en los últimos años, la situación actual y las perspectivas a futuro. Además, representa un recurso significativo para el éxito del emprendedor, por lo que facilita la evaluación, comprensión del mercado y la viabilidad de negocios. Es una herramienta que facilita información con respecto a la competencia e identificación de oportunidades de un negocio, o también, determinar alternativas que sean paliativos ante situaciones contra vinientes. Facilita el conocimiento del consumidor, para de esta forma determinar nichos de demanda y requerimientos que aún no ha sido satisfechos. Permitiendo de esta forma que cualquier emprendedor obtenga información fidedigna, pertinente y efectivamente confiable para el desarrollo de un emprendimiento y también puede considerar invertir en la ciudad de Guaranda. Para las personas que actualmente poseen emprendimientos en la zona, por lo que facilita datos actualizados de la tendencia del mercado a razón de construir estrategias que faciliten el posicionamiento en el mercado y el reconocimiento de la marca. A su vez es útil para cualquier emprendedor de este sector, debido a que facilita la orientación pertinente para desarrollar un estudio de mercado, donde a nivel metodológico es efectivamente un documento que se enmarca en el cumplimiento del

método científico con la rigurosidad y disciplina propias de la investigación a razón de que los resultados sean confiables.

1.5 Objetivos: General y Específicos

1.5.1 Objetivo general

Diseñar un estudio de mercado para la sostenibilidad de potenciales emprendimientos en la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, año 2023.

1.5.2 Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual del mercado para potenciales emprendimientos en la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, año 2023, por medio de instrumentos que recopilen datos que contextualicen el escenario real.
- Fundamentar teóricamente la sostenibilidad de los emprendimientos.
- Elaborar un informe final del estudio de mercado sobre el desarrollo de potenciales emprendimientos en la ciudad de Guaranda.

1.6 Variables

1.6.1 Variable Independiente

Estudio de Mercado

1.6.2 Variable Dependiente

Sostenibilidad de potenciales emprendimientos.

1.6.3 Operacionalización de Variables

Tabla 1

Variable Independiente

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES					
Tema: Estudio de mercado para la sostenibilidad de potenciales emprendimientos de la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, año 2023					
Variable Independiente: Estudio de Mercado					
CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TECNICAS	INSTRUMENTO
<p>El estudio de Mercado se conceptúa como:</p> <p>El análisis que brinda información, sobre los clientes potenciales, el cual, permite conocer características claves sobre el público objetivo, ayudando a introducir en el mercado un producto o servicio de éxito, minimizando el riesgo de inversión.</p>	1. Emprendimiento	Retención Satisfacción	¿Considera usted importante la realización de un estudio de mercado?	Encuesta	Cuestionario
	2. Marketing	Producto Precio Plaza Promoción	¿Cuenta con una estrategia adecuada de marketing?	Encuesta	Cuestionario
	3. Mercado	Oferta Demanda	¿Conoce usted el público al que se está dirigiendo?	Encuesta	Cuestionario

Tabla 2

Variable Dependiente

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES					
Tema: Estudio de mercado para la sostenibilidad de potenciales emprendimientos de la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, año 2023					
Variable Dependiente: sostenibilidad de potenciales emprendimientos					
CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES DE FRECUENCIA	ITEMS BÁSICOS	TECNICAS	INSTRUMENTO
<p>Sostenibilidad de emprendimientos se conceptúan como:</p> <p>Un proceso en el cual busca la posibilidad de crear, establecer y desarrollar en el tiempo y aportar a la sociedad con productos o servicios nuevos, con los que la ciudadanía se sienta satisfechos, encontrando en estos factores como: sociales, culturales y psicológicos (Ingeniero, 2018)</p>	Sociales	Nivel Educativo Situación Laboral Fuentes de Financiamiento	¿Considera usted que el nivel de educación incide a la hora de emprender?	Encuesta	Cuestionario
	Culturales	Tipo de comida Forma de consumo	¿Cuál tipo de alimento prefiere consumir en un local comercial?	Encuesta	Cuestionario
	Psicológicos	Emocional Extrovertido Introvertido	¿Para compartir con su familia que tipo de alimento seleccionaría usted?	Encuesta	Cuestionario
	Económicos	Capital emprendedor Crecimiento económico	¿Con qué tipo de emprendimiento cuenta usted?	Encuesta	Cuestionario

Generación de
empleo

¿Cuál fue su
limitación al crear su
emprendimiento?

¿Cuánto
tiempo tiene usted
con este
emprendimiento?

¿Siempre se
ha mantenido en este
local?

Nota: Elaborado por: investigador

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

De acuerdo a la investigación realizada por Bayas & Macas, (2016) de la Universidad Estatal de Bolívar con la investigación denominada: “Factores que Inciden en la sostenibilidad de los Emprendimientos en el Cantón Echeandía”, dentro de la investigación llevada a cabo en el cantón Echeandía, se validó diversos factores que impactan en la sostenibilidad de los emprendimientos existentes, como es la autoconfianza y la familia, considerando que la confianza personal es la clave de éxito para obtener lo que está planteado, solo se debe conservar la actitud, optimismo y apoyo de la familia, otro factor que los propietarios expresan es la perseverancia como factor primordial para sostener el emprendimiento.

Considerando las dificultades y obstáculos que se pudiesen presentar, el enfoque se encuentra en superar la situación e indagar sobre gestiones que permitan conservar el posicionamiento en el mercado, la impecable atención al cliente y calidad del producto o servicio. Además, se debe considerar que de los ingresos generados se debe destinar una partida que se oriente hacia mejorar, aprender y desarrollar la idea de negocio por lo que la disciplina y el control son bases para crecer. Por lo antes expuesto se considera este estudio como aporte fundamental en lo que respecta a la experiencia de un emprendedor y los diversos aspectos a considerar para crecer.

Por otra parte en el estudio realizado por Naranjo, (2019) de la Universidad Estatal de Bolívar con la investigación denominada: “Factores Críticos en la Sostenibilidad de los Emprendimientos en el Cantón Echeandía”, se orienta en el

objetivo de: sustentar teóricamente los factores que inciden en la sostenibilidad de los emprendimientos, realizar un diagnóstico de factores internos y externos que influyen en la sostenibilidad de los emprendimientos, determinar los factores de mayor incidencia para el cierre de emprendimientos en el Cantón Echeandía en comparación con los del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) o en español Monitor de Emprendimiento Global.

Por lo que se determinó que en el cantón Echeandía los factores críticos para la sostenibilidad de los emprendimientos, son apoyo financiero, políticas gubernamentales y tiempo parcial de dedicación al emprendimiento, ya que en comparación al GEM del año 2017 son las políticas gubernamentales, apoyo financiero y capacidad para emprender, es decir que los emprendedores de Echeandía se sienten capacitados para emprender porque en gran proporción evidencian mayor formación y capacitación técnica que el indicado en el informe GEM 2017, lo que refleja la tasa de emprendedores con ninguna educación apenas del 0,8% mientras que la Actividad Emprendedora Temprana (TEA) del GEM incluye un porcentaje superior (5,2%); y en segundo lugar la tasa de emprendedores con primaria completa en Echeandía es del 34,9%, mientras que la TEA del GEM menciona una tasa del 33,2%, la tasa de secundaria completa es del 47,4 mientras que en el GEM señala una tasa del 34,9%, es así que se evidencia que son perjudiciales para el crecimiento del negocio ya que al no contar con un tercer nivel de educación se limitan las gestiones de obtención de un financiamiento, carece de conocimiento para diseñar estrategias que le faciliten participar con igual de condiciones en el mercado.

Además, se pudo determinar que en el cantón los emprendedores tienen una edad mayor en comparación con el resto del país, generándose como fortaleza para los negocios, ya que al encontrarse en el rango de edad de 35 a 64 años se considera beneficiado con cierto nivel de madurez y responsabilidad para que los ingresos que sean obtenidos, se les asigne de manera responsable a cada necesidad, es decir, sean invertidos de la mejor manera, cabe recalcar que los mismos se dedican a la actividad comercial que consiste en la compra, venta de bienes y servicios puesto que en la mayoría pertenecen al sector servicio a consumidores con un (85,9%), debido a que no existe empresas que puedan aprovechar los recursos naturales del sector para la producción y transformación de los productos agropecuarios.

En otra investigación realizada por Fuentes & Chela, (2020) de la Universidad Estatal de Bolívar con el título:” Factores Críticos en la Sostenibilidad de los Emprendimientos en el Cantón Las Naves”, plantea: Identificar los factores críticos que inciden en la sostenibilidad de los emprendimientos en el Cantón Las Naves, Provincia Bolívar, año 2019. Sustentar teóricamente los factores que inciden en la sostenibilidad de los emprendimientos. Realizar un diagnóstico de los factores internos y externos que influyen en la sostenibilidad de los emprendimientos, en la cual, los resultados evidenciados demuestran que la edad promedio en la que se genera la mayoría de emprendimientos en el cantón Las Naves, se encuentra entre los 25 y 34 años, esto debido a la falta de fuentes de empleo, lo que genera un déficit de recursos económicos en los habitantes del sector.

2.2 Científico

Estudio de mercado

Las entidades en el escenario empresarial sin considerar el tipo, orientación a la cual, pertenezcan bien sea procesamiento o comercialización de productos o facilitadores de servicio, conservan un objetivo en común y es el control de los ingresos y gastos, por lo que estas deben generar estrategias que les garanticen un flujo constante en estos aspectos, por lo que para la toma de decisiones en el establecimiento de un producto nuevo es importante conocer ciertos datos del entorno al cual, se genera la oferta y estos son con respecto a los clientes, competencia, proveedores, condiciones gubernamentales, que al consolidarlo evidencien un escenario claro y de esta manera tomar las decisiones correctas.

es por ello que, para tomar decisiones en la implementación de un nuevo producto y servicio, las empresas primero conocen los gustos y los criterios de los clientes en la escogencia de los productos y servicios que prefieren.

El estudio de mercado, como iniciativa de marketing, recolecta y analiza la información de clientes, proveedores y competidores. Es una estrategia realizada antes, para así verificar la viabilidad del emprendimiento y formular posteriormente un plan de negocios. En el caso de una investigación de mercado, es un método para obtener la interpretación de datos comerciales. Es decir, que se realiza después del lanzamiento de un producto o servicio y con algo de madurez para poder disponer de datos consistentes, así, se tomarán las previsiones y decisiones que hagan falta para mejorar el proceso. Se pueden usar como recursos: encuestas, entrevistas y estudios de competencia para recopilar la información (Galvis, 2019).

Para Kotler, et al. (2004), el estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización. Es esencial el poder realizar un estudio de mercado donde se realice un análisis de los datos obtenidos de una investigación. Los estudios de mercado permiten determinar el monto del capital inicial que se invierte en una empresa, la oferta y demanda del producto, los requerimientos administrativos, entre otros aspectos de vital importancia en el arranque de un proyecto (García et al., 2016).

Por otra parte, Foullon, (2020) define el estudio de mercado de la siguiente manera: "La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing" (p. 120). Además, es importante destacar que Kotler et al. (2000) plantea que el mercado es la sumatoria de individuos que son clientes actuales o potenciales de un producto o servicio. Y, Vargas (2017) expone que "Mediante este método se puede decir que la investigación de mercados es un procedimiento que busca la aplicación de unas técnicas apropiadas e involucradas en el diseño como lo es la recolección de datos, el análisis y la presentación de la información para la toma de decisiones" (p. 93).

De esta manera, se puede decir que la investigación de mercados desempeña tres funciones principales: Descriptiva: esta incluye la recopilación y presentación de hechos; Diagnostica: porque explica los datos o acciones de las estrategias implementadas por las organizaciones; En este apartado es importante reconocer las fortalezas y debilidades, en cuanto al impacto de las acciones implementadas con el fin de minimizar los posibles errores. Predictiva: debido a su capacidad de predecir eventos

en los mercados cambiantes. Para las empresas es importante esta etapa, porque permite con base a los resultados obtenidos establecer un plan teniendo en cuenta las diversas situaciones que se pueden presentar, ya que en el estudio de mercados se pueden reconocer como una ciencia social, porque permite analizar las tendencias de un mercado a través de las características de los consumidores en un mercado objetivo (Laza, 2019).

Emprendimiento

El emprendimiento está vinculado con el desarrollo económico tiene el fundamento más inmediato en la intuición, el sentido común y la observación económica pura. Las actividades para convertir ideas en oportunidades redituables se encuentran en el núcleo mismo del emprendimiento. El emprendimiento es una fuente de innovación y cambio, y como tal, induce mejoras en la productividad y competitividad económica (Sornoza et al., 2018).

El emprendimiento es un elemento importante en el desarrollo de sociedades donde la riqueza se distribuye de una forma más equitativa. Comprender los elementos teóricos fundamentales del emprendimiento como área de estudio puede ser un factor importante en la formación integral de los profesionales en la actualidad. Durante el siglo 17, el término emprendedor se usaba para referirse a una persona que alcanzaba acuerdos contractuales con el gobierno para entregar servicios o suministros. Dado que el precio se fijaba en los acuerdos, cualquier beneficio o pérdida pertenecía a los emprendedores, por tanto, asumiendo el riesgo de estas operaciones (Sornoza et al., 2018).

El emprendimiento en Ecuador

De acuerdo al reporte del *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), la Actividad Emprendedora Temprana (TEA) para Ecuador ha sido históricamente alta, al igual que para otros países de la región como Perú y Bolivia. La TEA fue excepcionalmente elevada, 36%. Se habló del *boom* del emprendimiento en 2013, y en 2014 los resultados arrojan, igualmente alta de 32.6%; la efervescencia emprendedora se mantiene. Ecuador tiene las tasas de emprendimiento de hombres y mujeres más altas de la región, sin mayores diferencias entre los dos sexos. Sin embargo, para muchos de los otros países de la región prevalecen los emprendedores hombres (INEC, 2021).

2.3 Conceptual

- **Análisis**

Se considera al análisis como una pieza estratégica del marketing el cual se basa en una evaluación exhaustiva de datos en el que podemos empezar a tomar decisiones en base a un análisis (Saraswati & Prihadini, 2020).

- **Análisis de Mercado**

Es una herramienta que brinda información sobre el lugar, sector, clientes, competidores, y sobre todo el alcance y condiciones de un mercado, plasmando en los datos relevantes sobre la competitividad, el target, necesidades, condiciones cambiantes que pueden influir en el mercado actual, esta información ayudará a realizar un análisis de mercado (Terán, 2019).

- **Atención al cliente**

Conjunto de acciones interrelacionadas puestas en práctica por una empresa para que sus clientes pasen de la satisfacción del primer momento a la fidelización continua (López, 2020).

- **Cliente**

Los clientes se consideran a aquellas personas, grupos de personas o familias que solicitan, u ocupan el servicio o producto de una empresa que luego es destinado para su consumo o beneficio satisfaciendo así una necesidad o deseo (López, 2020).

- **Consumidor**

Se considera consumidor a aquellas personas que satisfacen sus necesidades y deseos ya sea con un producto o servicio. Un consumidor es una persona que identifica una necesidad o un deseo, realiza una compra y luego desecha el producto durante las etapas del proceso de consumo (Pedreschi & Nieto, 2021).

- **Competitividad**

Capacidad de una empresa para crear e implementar estrategias competitivas y mantener o aumentar su cuota de productos en el mercado de manera sostenible. Esas capacidades están relacionadas con diversos factores, controlados o no por las empresas, que van desde la capacitación técnica del personal y los procesos gerenciales-administrativos hasta las políticas públicas, la oferta de infraestructura y las peculiaridades de la demanda y la oferta (Medeiros et al, 2019).

- **Cultura emprendedora**

Aquella que identifica oportunidades, desarrollando capacidades para el cambio, con cualidades, habilidades, motivando la iniciativa de buscar éxito en los constantes cambios que se dan en nuestro entorno (Borrayo et al, 2019).

- **Desarrollo económico**

Busca el sustento y la expansión mejorando un sistema económico donde garantice el bienestar, buscando la equidad y sostenibilidad con el tiempo para los sectores productivos (Chacha et al., 2019).

- **Demanda**

Se considera como la cantidad de bienes o servicios que el consumidor está dispuesto a comprar o adquirir el producto o servicio con la finalidad de satisfacer una necesidad o deseo (Luján & Cueva, 2021).

- **Estudio de mercado**

El estudio de mercados es un instrumento del mercadeo que tiene como fin estimar la cuantía de los bienes y servicios provenientes de una unidad de producción que los clientes están dispuestos a adquirir a unos determinados precios durante un periodo específico (Moya, 2021).

- **Espíritu emprendedor**

Persona que se siente capaz de luchar ante cualquier adversidad, que no le teme al fracaso, la cual crea en sus habilidades confiado en sí y en desarrollar su idea emprendedora tratando de cultivar en los demás un espíritu especial ya que emprender resulta ser una experiencia difícil (Leite et al., 2015).

- **Emprendedor**

Podríamos denominar emprendedor o emprendedora a aquella persona que identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha. Un emprendedor es alguien dotado de inquietud, creatividad, iniciativa y orientación a la acción. Es habitual emplear este término para designar a una persona que crea una empresa o que encuentra una oportunidad de negocio, o a alguien quien empieza un proyecto por su propio entusiasmo (Kirberg, 2019).

- **Emprendimiento**

Se puede definir a través de las tres “A”: es aquella actitud, aptitud y acción de una persona que le permite asumir nuevos retos o proyectos (Kirberg, 2019)

- **Experiencia de negocio**

Considerada así al conocimiento y sobre todo la experiencia de cada una de las vivencias, siendo este el factor clave para alcanzar el éxito de negocio (Latorre et al., 2015).

- **Falta de presupuesto para marketing.**

Los emprendedores suelen subestimar la realización de un presupuesto de marketing, minimizando su importancia, lo que puede ser un gran error ya que de esto depende que tu producto/servicio sea conocido por los clientes (Kirberg, 2019)

- **Fracaso**

El fracaso es considerado como derrota, pero en realidad depende de las expectativas que se tenían. En el caso del emprendimiento, puede ser la quiebra, no haber logrado lo que se esperaba o simplemente abandonar el intento (Kirberg, 2019)

- **Inversión**

Considerado como una cantidad específica de dinero empleada para comprar bienes con el objetivo de que se revaloricen a lo largo del tiempo. Es decir, que su valor sea mayor en comparación con el que tenía inicialmente y por tanto genere ganancias, ya sea a corto o largo plazo (Barrios, 2021).

- **Impaciencia por lograr resultados inmediatos**

Dependiendo del tipo de acción que realicemos, en algunos casos los resultados no se observan inmediatamente por lo que es importante ser paciente. Ten en cuenta que el marketing y la publicidad son inversiones y que los resultados son principalmente a largo plazo. (Kirberg, 2019)

- **Mercado**

Un mercado, está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo (Kirberg, 2019).

- **Potenciales emprendimientos**

Se considera a aquellos negocios orientados a la innovación y crecimiento, con una comunicación y visión que permitan crecer con actitud y compromiso (Cabana et al., 2013)

- **Producto**

Impaciencia por lograr resultados inmediatos. Dependiendo del tipo de acción que realicemos, en algunos casos los resultados no se observan inmediatamente por lo

que es importante ser paciente. Ten en cuenta que el marketing y la publicidad son inversiones y que los resultados son principalmente a largo plazo (Kirberg, 2019)

- **Precio**

El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio (Kirberg, 2019).

- **Oferta**

La oferta se refiere a las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado. Complementando esta definición, ambos autores indican que la ley de la oferta "son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta (Thompson, 2006).

2.4 Legal

En el Ecuador, los emprendimientos pueden llevarse a cabo mediante la aplicación de dos figuras legales: como persona natural o como persona jurídica. Como persona natural, el emprendedor ejerce derechos y contrae obligaciones por los propios derechos, es decir que asume directa y personalmente la responsabilidad sobre las obligaciones y deudas que genere la empresa. Como persona jurídica, es la nueva sociedad la que asume los derechos y obligaciones generados en la operación de la empresa, quedando a salvo la responsabilidad personal de los socios o accionistas. No

obstante, en ambos casos, existen obligaciones formales con entes de control, las cuales deben ser necesariamente cumplidas desde el inicio del emprendimiento.

La norma que sustenta los emprendimientos en el Ecuador nace de la Constitución (Asamblea N. , 2008) por medio de los siguientes artículos:

Artículo 66, numeral 15, se reconoce y garantiza a las personas: "el derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental". El artículo 66, numeral 26, reconoce: "el derecho a la propiedad en todas sus formas, con función y responsabilidad social y ambiental". Artículo 276, numeral 2, dispone que uno de los objetivos del régimen de desarrollo es: "Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable"

El artículo 277, señala que, para la consecución del buen vivir, serán deberes generales del Estado: "Garantizar los derechos de las personas, las colectividades y la naturaleza", así como también "Impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante un orden jurídico e instituciones políticas que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la Constitución y la Ley". El artículo 283, dispone que: "El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir..."

El artículo 284, en los numerales 6 y 7, indica que entre los objetivos de la política económica se encuentran los siguientes: "impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales"; y, "mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleos sostenibles en el tiempo". Artículo 310 de la Constitución de la República del Ecuador dispone que "el sector financiero público tendrá como finalidad la prestación sustentable, eficiente, accesible y equitativa de servicios financieros. El crédito que otorgue se orientará de manera preferente a incrementar la productividad y competitividad de los sectores productivos que permitan alcanzar los objetivos del Plan de Desarrollo y de los grupos menos favorecidos, a fin de impulsar su inclusión activa en la economía" El artículo 321 de la Carta Magna, "el Estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad en sus formas pública, privada, comunitaria, estatal, asociativa, cooperativa, mixta, y que deberá cumplir su función social y ambiental".

Lo anteriormente expuesto genera la creación de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (Asamblea, 2020), que tiene por objeto en el artículo 1: "establecer el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor". Dentro de los objetivos según se expone en el artículo 2:

Fomentar el desarrollo del emprendimiento y la innovación;
Facilitar la creación, operación y liquidación de emprendimientos;
Fomentar la eficiencia y competitividad de emprendedores; Promover políticas públicas para el desarrollo de programas de soporte técnico,

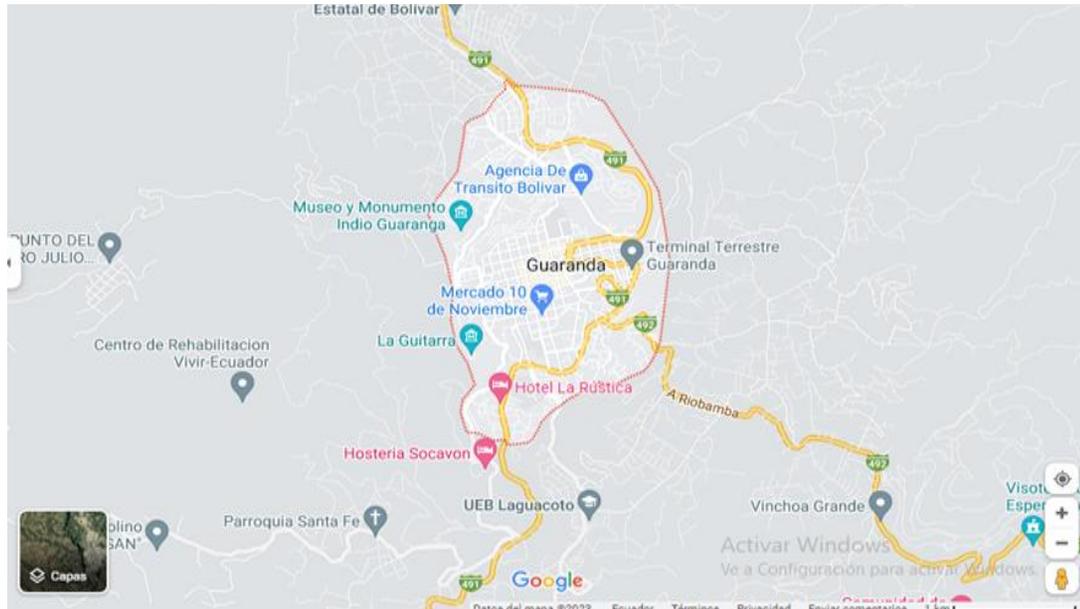
financiero y administrativo para emprendedores; Fortalecer la interacción y sinergia entre el sistema educativo y actores públicos, privados, de economía mixta, popular y solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal del sistema productivo nacional; e Impulsar la innovación en el desarrollo productivo.

2.5 Georreferencial

La ubicación geográfica del desarrollo de estudio será la ciudad de Guaranda, localizada en la hoya de Chimbo, en el corazón del Ecuador, se encuentra al noroeste de la Provincia de Bolívar, limitada al norte por la Provincia de Cotopaxi, al sur con los cantones Chimbo y San Miguel, al este la Provincia de Chimborazo y Tungurahua, y al oeste por los cantones de Las Naves, Caluma y Echeandía. (Alcaldía, 2022). Se encuentra ubicada en la parte Este y Norte de la Provincia Bolívar, está conformada por las parroquias urbanas: Ángel Polibio Chávez, Gabriel Ignacio Veintimilla y Guanujo. Con una población de 25.000 habitantes aproximadamente en la zona urbana.

Siendo la totalidad de la población en todo el Cantón alrededor de 65.000 habitantes (Alcaldía, 2022).

Ilustración 1 Ubicación Geográfica de la ciudad de Guaranda.



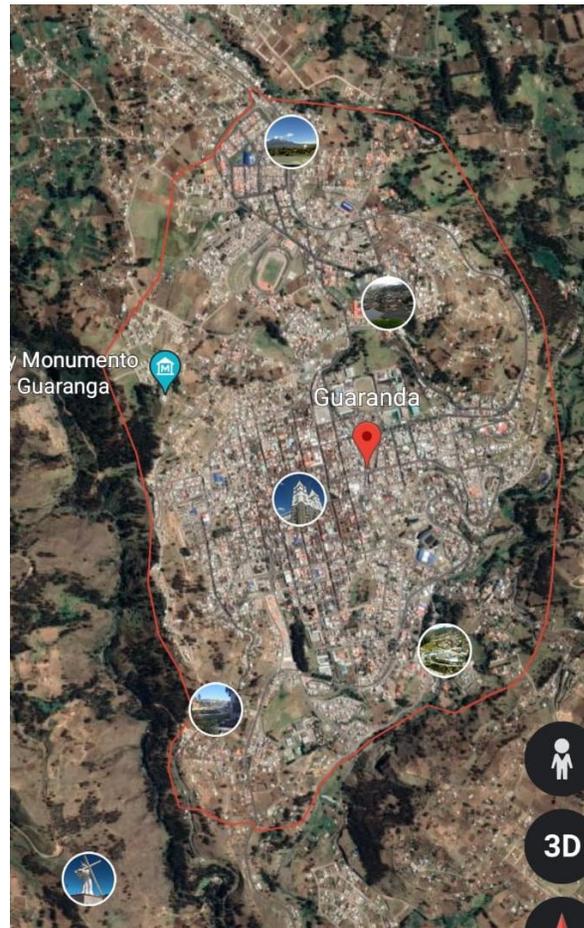
Nota: Fuente: Google Maps (2023)

División político-administrativa

El cantón Guaranda comprende las parroquias urbanas de: Ángel Polibio Chaves, Gabriel Ignacio Veintimilla y Guanujo, que conforman la ciudad de Guaranda; la cual, según información de la Dirección de Planificación Municipal, tiene 424 manzanas y 25 sectores que abarcan los barrios urbanos y periurbanos de la ciudad (Dávila y Silva, 2002:45). (Administrador, 12/9/16)

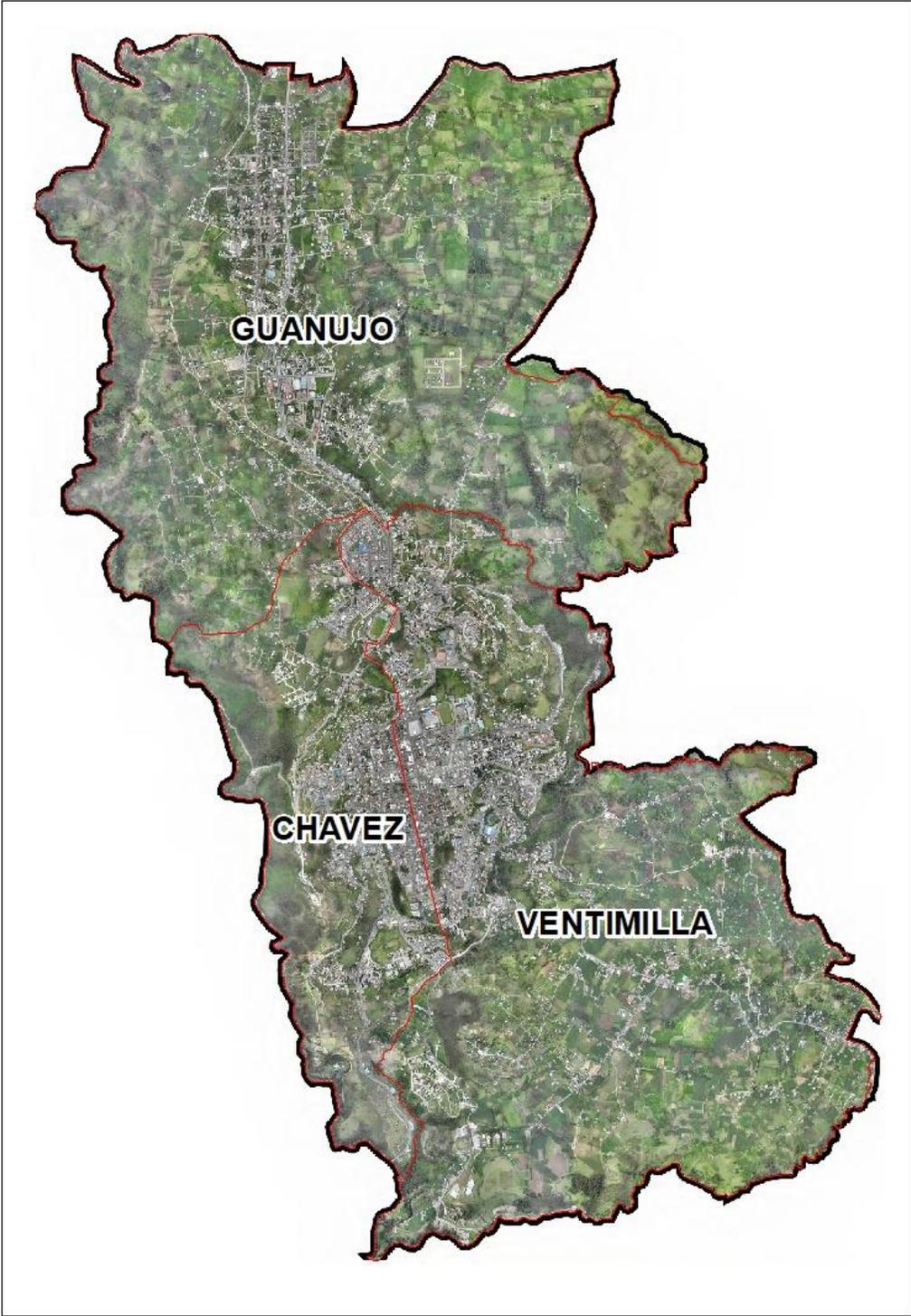
Imagen 2

Centro Urbano de la Ciudad de Guaranda



Nota: Imagen extraída de Google Earth

IMAGEN 3



Fuente: (Lara)RG Arquitectura
División de parroquias Urbanas

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Tipo de Investigación

3.1.1 Investigación Descriptiva

Para el desarrollo de la presente investigación el tipo de investigación utilizada fue la descriptiva, la cual, según Alban & Guevara, (2020): “el tipo de investigación que tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utiliza criterios sistemáticos, permiten establecer la estructura de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes” (p. 165). Por lo que la descripción de los hechos acontecidos en lo que respecta a los emprendimientos en la zona foco de estudio se adaptan a este perfil investigativo y contribuye de manera efectiva pues así, se elabora un escenario inicial.

3.2 Enfoque de la Investigación

3.2.1 Enfoque de Investigación Cualitativo

Con respecto al enfoque investigativo se consideró el cualitativo, ya que se estudia la realidad en el contexto natural, extrayendo e interpretando los fenómenos de acuerdo con las personas implicadas. Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes, en este sentido (De Gialdino, 2019) manifiesta que es : “ un procedimiento metodológico que utiliza palabras, textos, discursos dibujos, gráficos e imágenes”(p. 115), y se caracteriza por recopilar información que no es

cuantificable. Por lo que los diversos aspectos que serán considerados como preferencias, tendencias del mercado y gustos del consumidor se adaptan a este tipo de enfoque.

3.2.2 Enfoque Cuantitativo

Por otra parte, y en virtud al tipo de datos que se recolectaran este estudio también presenta un enfoque cuantitativo, el cual, emplean datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento (Hernandez et al., 2018). Con este enfoque se registrarán datos estadísticos en función a cada una de los emprendedores de la ciudad de Guaranda.

3.3 Métodos de Investigación

La metodología de la investigación aporta de una manera eficiente los métodos, las técnicas y cada uno de los pasos y procedimientos a seguir que permitirán alcanzar los objetivos facilitando el proceso de investigación. La investigación se refiere a un proceso que, sustentado en el método científico, intenta adquirir, aplicar y crear conocimientos (Arias & Covimos, 2021). Por lo que el presente estudio empleará:

2.5.1 Método Inductivo

Mediante el razonamiento el método inductivo ayuda a obtener conclusiones generales. Es decir, según: Hernandez et al., (2018) “Va de lo individual a lo universal. La característica de este método es que utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares, aceptados como válidos para llegar a conclusiones cuya aplicación es de carácter general” (p. 164).

2.5.2 Método Deductivo

Este método rige desde lo más amplio hasta lo más mínimo es decir se enfoca en un estudio universal que pasa a un estudio individual en base a información comprobada que ayude al razonamiento de las conclusiones. En lo que Hernandez et al., (2018) exponen: “que se ha determinado como el ideal junto con el enfoque cuantitativo, los dos forman una combinación ideal, llega a obtener resultados precisos, porque usa la recolección de datos para probar hipótesis, desde la indagación general hasta el enfoque particular” (p. 234).

3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

3.4.1 Técnicas

3.4.1.1 Encuestas

La encuesta se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida. La recogida de los datos se realiza a través de un cuestionario, instrumento de recogida de los datos y la forma protocolaria de realizar las preguntas que se administra a la población o una muestra extensa de ella mediante una entrevista donde es característico el anonimato del sujeto (Casas et al., 2017). Por medio de esta técnica se recolectará información detallada en base a preguntas que den a conocer diferentes tipos de opiniones de los emprendedores de la ciudad de Guaranda y las parroquias.

3.4.2 Instrumento de recopilación de datos

3.4.2.1 Cuestionario

Con respecto al cuestionario (Hernandez et al., 2018) plantea que el investigador social debe diseñar un instrumento para medir las variables conceptualizadas al plantear el problema de investigación. Este instrumento es el cuestionario, en éste las variables están operacionalizadas como preguntas. Éstas no solo deben tomar en cuenta el problema que se investiga sino también la población que las contestará y los diferentes métodos de recolección de información.

Por otra parte (Arias & Covimos, 2021) explican que “un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (pág. 217). Es necesario poder implementar preguntas acordes a cada una de las variables expuestas en la tabla de operacionalización de variables donde se han plasmado ciertas preguntas de interés, para poder realizar a la población emprendedora, se aumentará el cuestionario y se realizaran una cantidad moderada de preguntas que contribuyan a conocer características de cada uno de las personas a la hora de emprender (Ocampo, 2020).

3.5 Universo, población y muestra

3.5.1 Universo

En general, el universo es la totalidad de elementos o características que conforman el ámbito de un estudio o investigación, elementos: personas, objetos, programas, sistemas, sucesos, base de datos globales, finitos e infinitos (Condori, 2020). El universo foco de estudio es la ciudad de Guaranda en el año 2023, clasificados

en emprendimientos y población en general, entendiéndose así que la ciudad de Guaranda tiene 25000 habitantes (Saltos, 2023, pág. 11)

3.5.2 Población

Para Condori, (2020): “La población es un conjunto finito o infinito de personas, animales o cosas que presentan características comunes, sobre los cuales se quiere efectuar un estudio determinado” (p. 157). Constituyen elementos accesibles o unidad de análisis que perteneces al ámbito especial donde se desarrolla el estudio. De igual forma para delimitar de manera clara el estudio se consideró la cantidad de emprendedores en la ciudad de Guaranda que son 640, y la población de la ciudad de Guaranda en 25000. (Aroca, Manzano¹, Quizhpe¹, Domínguez¹, & Rivadeneira, 21/3/19).

3.5.3 Muestra

En lo que respecta a la muestra Cabezas et al., (2018) exponen “que es el proceso cualitativo de un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia” (p. 76). Es una parte o porción extraída de un conjunto por métodos que permiten considerarla como representativa de la población, con las mismas características generales de la población (Condori, 2020). Para esta investigación se tomará como muestra a las personas emprendedoras de la ciudad de Guaranda parroquias urbanas: Ángel Polibio Chávez, Gabriel Ignacio Veintimilla y Guanujo, por lo que se procedió al cálculo empleando la fórmula de población finita.

Tamaño de la muestra para emprendimientos en la ciudad de Guaranda:

3.5.4 Cálculo del tamaño de la muestra de los emprendimientos en la ciudad de Guaranda.

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

Donde:

N = Total de población

n = tamaño de la muestra

z = nivel de confianza

p = probabilidad de ocurrencia

q = probabilidad de no ocurrencia

e = error muestral

$$n = \frac{1,96^2 * 641 * 0,5 * 0,5}{0,05^2(641 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 641 * 0,25}{0,0025(641) + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{615,6164}{1,6025 + 0,9604}$$

$$n = \frac{615,6164}{2,5629}$$

$$n = 240,2030512 = \mathbf{240}$$

Al aplicar la fórmula se ha obtenido el resultado de 240 personas, la cual se la considera como la muestra de emprendedores para aplicar en la investigación.

3.5.5 Cálculo del tamaño de la muestra en la ciudad de Guaranda

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

Donde:

N = Total de población

n = tamaño de la muestra

z = nivel de confianza

p = probabilidad de ocurrencia

q = probabilidad de no ocurrencia

e = error muestral

$$n = \frac{1,96^2 * 25000 * 0,5 * 0,5}{0,05^2(25000 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 25000 * 0,25}{0,0025(24999) + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{24010}{62,4975 + 0,9604}$$

$$n = \frac{24010}{63,4579}$$

$$n = 378,3610866 = \mathbf{378}$$

Al aplicar la fórmula se ha obtenido el resultado de 378 personas, la cual se la considera como la muestra de usuarios para aplicar en la investigación.

3.6 Procesamiento de la Información

Los datos serán recolectados por medio de los instrumentos, los cuales, facilitaran la consolidación de información, a razón de manejarlos de manera efectiva y con la rigurosidad de la transparencia que caracteriza el método científico se utilizara un software de acceso libre como lo es *Microsoft Excel*, el cual, facilita las tabulación de la información y el diseño de los gráficos a fin de presentarlos de manera sencilla y de fácil comprensión, por lo que seguidamente se realizaran los análisis e interpretación de los mismos y de esta manera presentar un escenario real con datos confiables obtenidos de primera fuente.

Seguidamente se utilizará *Microsoft Word* el cual me permitirá el análisis pertinente de cada una de las informaciones presentadas.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSION

4.1 Encuesta a usuarios

Datos Informativos

Tabla 3

Edad de usuarios.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
18-25	123	33
25-30	89	24
30-35	66	17
35-40	68	18
45 en adelante	32	8
Total	378	100

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la ciudad de Guaranda 2023

Elaborado por: Tanya Zaruma

Gráfico 1. Edad de Usuarios



Elaborado por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: Según los resultados los usuarios que han brindado información necesaria para esta investigación son personas que oscilan entre los 25 y 30 años considerando así cierta madurez necesaria para brindar sus puntos de vista acerca del emprendimiento guarandeano.

Tabla 4

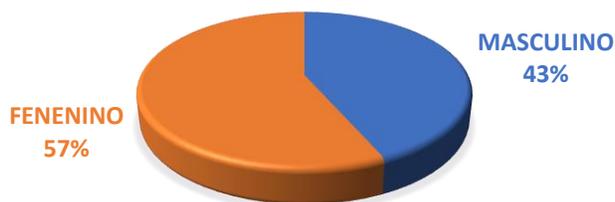
Género de Usuarios

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	164	43
Femenino	214	57
Total	378	100

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la ciudad de Guaranda 2023

Elaborado por: Tanya Zaruma

Gráfico 2. Género de usuarios



Elaborado por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: Según los resultados de mayor relevancia, los usuarios que han sido, parte de la investigación son en su mayoría mujeres las cuales brindan información importante acerca del emprendimiento en la ciudad de Guaranda debido a que consideran que este, sería un método eficiente para crear fuentes de ingresos para la ciudadanía en la que muchas personas podrán trabajar disminuyendo el desempleo en la ciudad.

Tabla 5

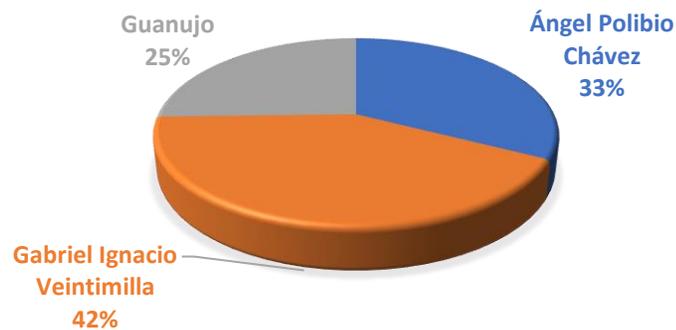
Parroquia

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Ángel Polibio Chávez	123	33
Gabriel Ignacio Veintimilla	159	42
Guanajuo	96	25
Total	378	100

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la ciudad de Guaranda 2023

Elaborado por: Tanya Zaruma

Gráfico 3. Parroquia



Elaborad por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: En su mayor parte son usuarios de la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla, con un 42% de población, en la que se puede considerar que existe una mayor afluencia de usuarios, dispuestos a colaborar con la investigación.

Tabla 6

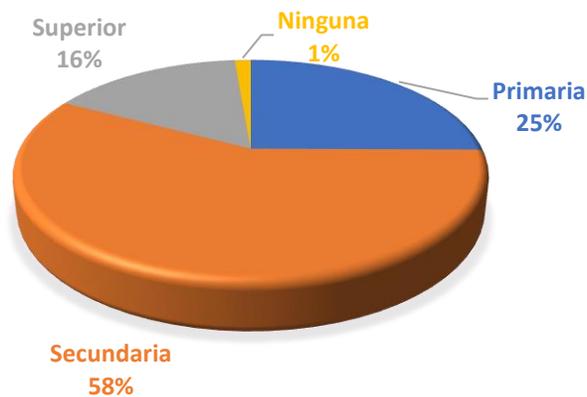
Nivel de educación

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	95	25
Secundaria	218	58
Superior	60	16
Ninguna	5	1
Total	378	100

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la ciudad de Guaranda 2023

Elaborado por: Tanya Zaruma

Gráfico 4. Nivel de Educación



Elaborado por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: Se considera que más del 50% de población de usuarios tiene como nivel de educación secundaria, ya que la formación académica con el que cuenta la mayor parte de usuarios es con un nivel educativo primario y secundario esto debido a que la tendencia es porque viven en la zona céntrica de la ciudad de Guaranda, donde se han encontrado jóvenes que brindan la información de gran relevancia.

1. Considera importante el emprendimiento en la ciudad de Guaranda

Tabla 7

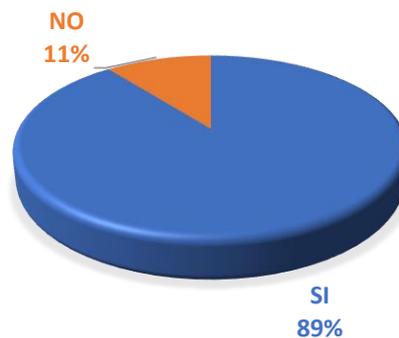
Importancia del emprendimiento en la ciudad de Guaranda

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	338	89
No	40	11
Total	378	100

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la ciudad de Guaranda 2023

Elaborad por: Tanya Zaruma

Gráfico 5. Importancia del emprendimiento en la ciudad de Guaranda.



Elaborado por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: Según los resultados de mayor relevancia, los usuarios consideran que si es importante el emprendimiento en la ciudad de Guaranda debido a que consideran que este sería un método eficiente para crear fuentes de ingresos para la ciudadanía en la que muchas personas podrán trabajar disminuyendo el desempleo en la ciudad.

2. ¿De los emprendimientos actuales en la ciudad de Guaranda que tipos de emprendimiento le llama más la atención a usted?

Tabla 8

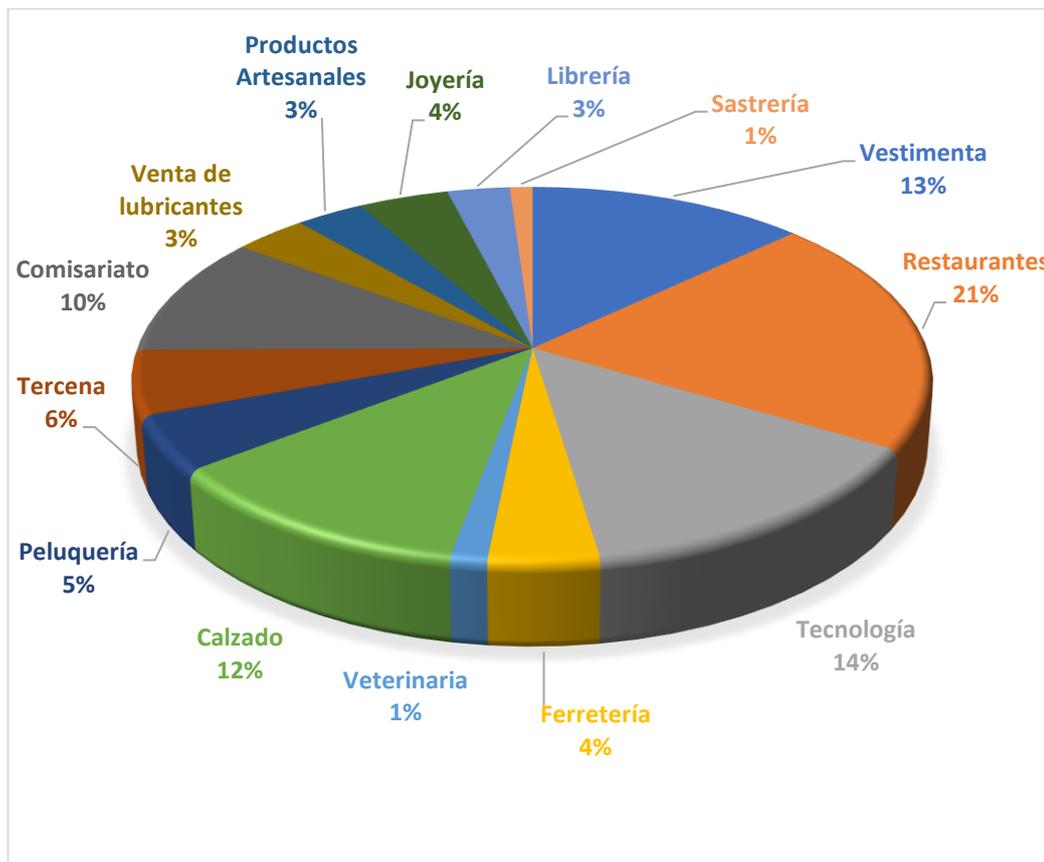
Tipo de emprendimientos.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Vestimenta	49	12,96
Restaurantes	78	20,63
Tecnología	53	14,02
Ferretería	15	3,97
Veterinaria	5	1,32
Calzado	44	11,64
Peluquería	18	4,76
Tercena	21	5,56
Comisariato	39	10,32
Venta de lubricantes	13	3,44
Productos Artesanales	12	3,17
Joyería	16	4,23
Librería	11	2,91
Sastrería	4	1,06
Total	378	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la ciudad de Guaranda 2023

Elaborado por: Tanya Zaruma

Gráfico 6. Tipo de Emprendimientos



Elaborado por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: Según los resultados de mayor relevancia, el tipo de emprendimiento que más les llama la atención a los usuarios es la de alimentos, debido a que hoy en día optan por reunirse con amigos y familiares en espacios donde existan alimentos con un espacio cómodo y divertido para disfrutar, es por ello que los usuarios de la ciudad de Guaranda buscan calidad en cuanto a alimento.

Seguidamente sintiéndose los usuarios atraídos, por los negocios de la tecnología en la que se sienten bastantes aptos y actualizados en cuanto a tendencias nuevas en tecnología

3. Desde su punto de vista ¿Qué características debe poseer un emprendedor?

Tabla 9

Características de un emprendedor

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Líder	148	39,15
Innovador	75	19,84
Creativo	62	16,40
Comunicador	25	6,61
Poder en la negociación	68	17,99
Total	378	100

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la ciudad de Guaranda 2023

Elaborad por: Tanya Zaruma

Gráfico 7. Características de un emprendedor.



Elaborado por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: Tomando en cuenta los resultados, un emprendedor debe ser líder ya que los usuarios consideran que un buen líder puede hacer crecer de una mejor manera su negocio en base a un buen liderazgo.

Consideran que un emprendedor también debe poseer la capacidad de innovar en cuanto a productos y servicios más llamativos

con mejor atracción para los usuarios, donde cada uno de ellos se sientan satisfechos del servicio o producto brindado, al de igual manera establecen que un emprendedor debe tener la capacidad de negociación esto en cuanto a que cada emprendedor debe conocer un margen de ganancia donde se dé, el ganar-ganar, considerando los usuarios como un punto positivo para los emprendedores y usuarios.

4. Considera que los emprendimientos establecidos actualmente en la ciudad de Guaranda satisfacen la demanda potencial

Tabla 10

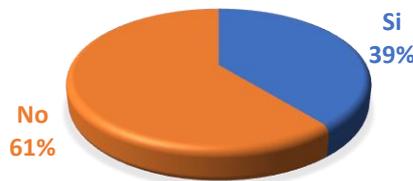
Emprendimientos actuales satisfacen la demanda

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	148	39
No	230	61
Total	378	100

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la ciudad de Guaranda 2023

Elaborado por: Tanya Zaruma

Gráfico 8. Emprendimientos actuales satisfacen la demanda.



Elaborado por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: Como demuestran los resultados, se puede notar que los emprendimientos actuales no satisfacen la demanda potencial ya que los usuarios han optado por buscar mejores servicios y productos fuera de la ciudad tal es el caso de los repuestos de carros, en tecnología y sobre todo en servicios como el cine, buscando centros comerciales con marcas pocos usuales en la ciudad de Guaranda.

5. ¿Qué tipos de emprendimientos considera usted que se debe establecer en la ciudad de Guaranda?

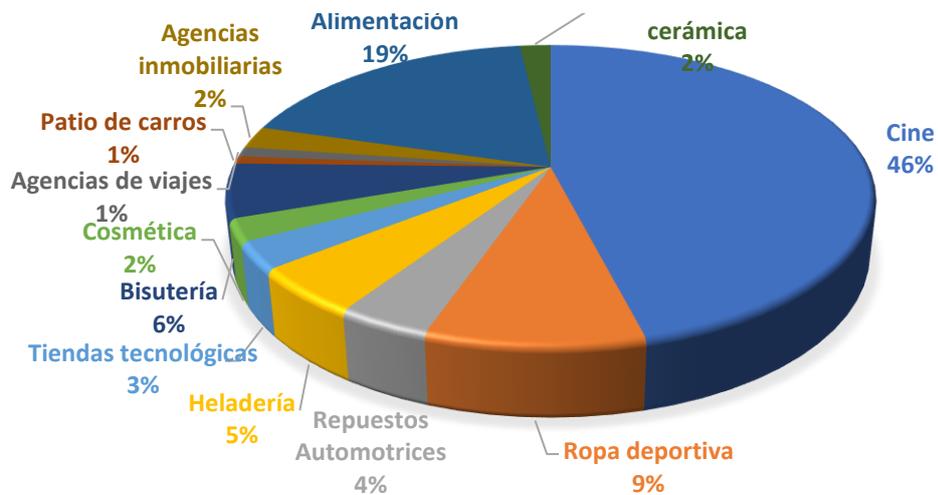
Tabla 11

Emprendimientos a establecer dentro de la ciudad de Guaranda.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Cine	174	46,03
Ropa deportiva	35	9,26
Repuestos Automotrices	15	3,97
Heladería	19	5,03
Tiendas tecnológicas	11	2,91
Cosmética	9	2,38
Bisutería	22	5,82
Patio de carros	3	0,79
Agencias de viajes	4	1,06
Agencias inmobiliarias	9	2,38
Alimentación	70	18,52
Manualidades en cerámica	7	1,85
Total	378	100

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la ciudad de Guaranda 2023
 Elaborado por: Tanya Zaruma

Gráfico 9. Emprendimientos a establecer dentro de la ciudad de Guaranda.



Elaborad por: Tanya Zaruma.

Análisis e Interpretación: Una vez analizados los resultados, se puede considerar que gran parte de los usuarios tienden por un área de distracción el mismo que es optado por la necesidad de implementar un cine en la ciudad, sintiendo cada uno de los usuarios como un punto positivo para la ciudad de Guaranda, seguidamente consideran escoger un producto o servicio en este caso como lo es el de alimentación donde consideran que se debería innovar con otros tipos de menús y sobre todo un producto tan buscado que llegan a ser motivos por los cuales la ciudadanía tiende a salir de Guaranda en búsqueda de locales comerciales por sus marcas reconocidas que brindan en cuanto a menús una gran variedad y sabor diferente al habitual que existe en la ciudad.

6. ¿Considera que el mercado de la ciudad de Guaranda esta óptimo para aceptar nuevos modelos de emprendimientos?

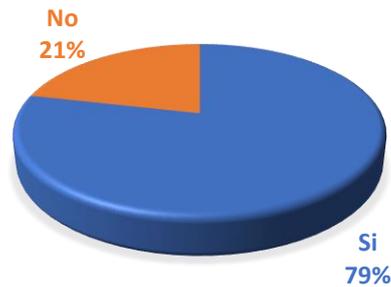
Tabla 12

Modelos de emprendimientos nuevos

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	297	79
No	81	21
Total	378	100

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la ciudad de Guaranda 2023
Elaborado por: Tanya Zaruma

Gráfico 10. Modelos de emprendimientos nuevos.



Elaborado por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: Como muestran los resultados, los encuestados consideran que la ciudad se encuentra óptimo para aceptar nuevos modelos de emprendimientos ya que los usuarios se encuentran a la expectativa de ver crecer a la ciudad con nuevos emprendimientos en las cuales este ya no sea el motivo de salir de Guaranda.

7. ¿Desde su punto de vista que lugares son consideradas estratégicamente comerciales en la ciudad de Guaranda?

Tabla 13

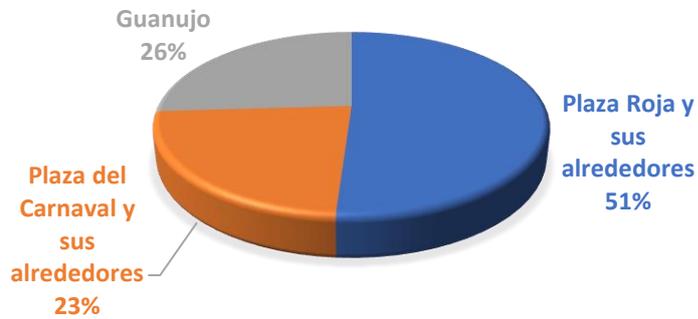
Lugares comerciales de la ciudad de Guaranda.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Plaza Roja y sus alrededores	193	51
Plaza del Carnaval y sus alrededores	87	23
Guanujo	98	26
Total	378	100

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la ciudad de Guaranda 2023

Elaborado por: Tanya Zaruma

Gráfico 11. Lugares comerciales de la ciudad de Guaranda.



Elaborado por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: En esta ocasión los encuestados tienden a tener una mayor inclinación por la parroquia Veintimilla donde hemos enfocado nuestro punto en la Plaza Guanguliquin (Plaza Roja) y sus alrededores esto debido a que muchos de los usuarios consideran que existe un gran tráfico de personas en la que consideran ser este un lugar comercial.

8. ¿La publicidad a su criterio es importante para los emprendimientos?

Tabla 14

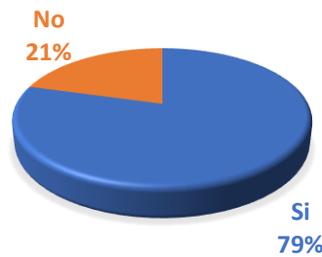
Publicidad para emprendimientos

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	300	79,37
No	78	20,63
Total	378	100

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la ciudad de Guaranda 2023

Elaborado por: Tanya Zaruma

Gráfico 12. Publicidad para emprendimientos.



Elaborado por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: Se puede analizar que los encuestados hoy en día han encontrado productos y servicios en medios digitales para lo cual ellos consideran que es muy necesaria la publicidad de los emprendimientos, esto debido a que entienden que nos encontramos en una era digital donde es mucho mejor conocer a los emprendimientos por medio de publicidades atractivas para el consumidor, y sobre todo que se sientan cómodos con el emprendimiento.

9. Cuál es el medio publicitario que deben utilizar los emprendimientos para darse a conocer en la ciudad de Guaranda.

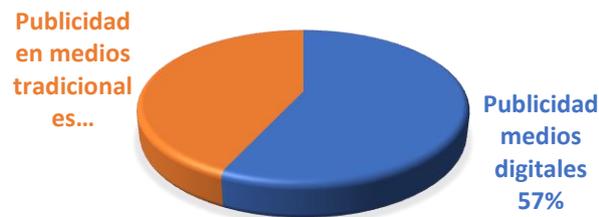
Figura 1

Medio publicitario idóneo para darse a conocer

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Publicidad medios digitales	215	56,88
Publicidad en medios tradicionales	163	43,12
Total	378	100

Fuente: Encuesta realizada a los usuarios de la ciudad de Guaranda 2023
Elaborado por: Tanya Zaruma

Gráfico 13. Medio publicitario idóneo para darse a conocer.



Elaborado por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: Según los resultados los encuestados entienden que los medios digitales son el boom del momento donde de una u otra manera buscan la manera de dar a conocer los productos, con

ingenio y creatividad muchos de los emprendimientos de la ciudad de Guaranda se los han encontrado en las redes sociales.

4.1.1 Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

En la presente investigación se considera según los datos recabados que los usuarios de la ciudad de Guaranda consideran al emprendimiento como fuente primordial de empleo, para lo cual establecen que un emprendedor debe poseer características como: ser un líder, es decir, para lo cual consideran que las personas deberían buscar otros tipos de emprendimientos entre ellos los de alimentación ya que los usuarios optan por salir de la ciudad a buscar comida rápida con mayor relevancia en el mercado de la alimentación, esto dando como resultado la no satisfacción de los usuarios ya que los emprendimientos establecidos actualmente no satisfacen la demanda potencial de las personas.

El 33% de los usuarios, en el que evidencia que son mujeres, donde se les ha podido realizar las preguntas de investigación en la que en su mayor parte son de la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla considerando que es importante el emprendimiento en la localidad ya que activa a la ciudadanía económicamente, saben que es importante ya que crea fuentes de ingresos para los habitantes de la ciudad, haciéndola a su vez una ciudad más desarrollada.

Los usuarios establecen que la alimentación es una prioridad para ellos visitar lugares acogedores donde se puedan sentir a gusto al momento en el que lo visiten, con una atención de calidad y sobre todo con productos innovadores que satisfagan sus necesidades, seguidamente se inclinan por la tecnología ya que sienten que la era digital es suya, en cuanto a tecnología la mayor parte de usuarios dominan los dispositivos y varias plataformas en las que consideran que los

emprendimientos deben incluirse, al ser uno de los medios más utilizados hoy en día.

Claramente los usuarios buscan salir de lo cotidiano y encontrar mejores zonas a las cuales puedan visitar, esto en cuanto a que los usuarios han establecido que se vería atractivo incorporar lugares comerciales entre ellos un área que cuente con Cine, ya que esta ha llegado a ser un punto en contra para la ciudad, a la hora de buscar emprendimientos que satisfagan la necesidad.

Consideran que gran parte de los emprendimientos trabajan de una manera individualista, pero en la que se ve un gran potencial y pueden considerarse que se siente óptima para crecer.

No descartan la posibilidad de que existen más áreas comerciales estratégicas para emprender ya que la plaza Guanguilquin es una zona muy transcurrida, pero que consideran también existe gran potencial de zonas que se encuentran apagadas, por la falta de creatividad y conocimiento a la hora de emprender.

Varios de los usuarios recomiendan que es necesarios un plan de emprendimiento en el que las personas puedan integrarse e ir conociendo las formas de emprender, en el que conozcan los factores positivos y negativos de emprender.

4.2 Encuesta a emprendedores

Tabla 15

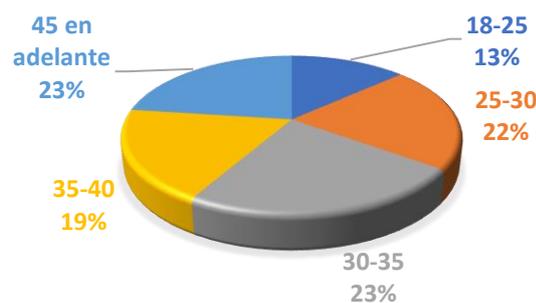
Edad de emprendedores

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
18-25	32	13
25-30	52	22
30-35	56	23
35-40	45	19
45 en adelante	55	23
Total	240	100

Fuente: Encuesta realizada a los emprendedores de la ciudad de Guaranda 2023

Elaborad por: Tanya Zaruma

Gráfico 14. Edad de emprendedores



Elaborado por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: Las personas emprendedoras de la ciudad de Guaranda se encuentran entre los 30 y 35 años, con mayor relevancia considerando que son personas que cuentan con cierta madurez la misma que permita tomar decisiones acerca de un emprendimiento, seguidamente la de 18 a 25 años que son jóvenes que han empezado a crear negocios buscando nuevas oportunidades de trabajo, generando en ellos cierta experiencia y motivación para capacitarse en cuanto al ámbito de emprendimiento.

Según el *GEM 2019- 2020* en su tabla 2 nos dice que la edad promedio del emprendedor es de 42 años, demostrándonos así que existe cierta edad temprana de emprendimiento lo que hace que varios negocios cierren, debido a consecuencias de inexperiencia.

Tabla 16

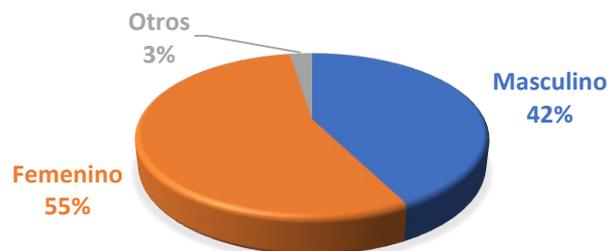
Género de emprendedores

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	102	43
Femenino	132	55
Otros	6	3
Total	240	100

Fuente: Encuesta realizada a los emprendedores de la ciudad de Guaranda 2023

Elaborado por: Tanya Zaruma

Gráfico 15. Género de emprendedores



Elaborado por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: En la ciudad de Guaranda existe un mayor porcentaje de emprendedoras mismas que crean negocios en base a la situación económica y sobre todo en la necesidad de sustentación.

Tabla 17

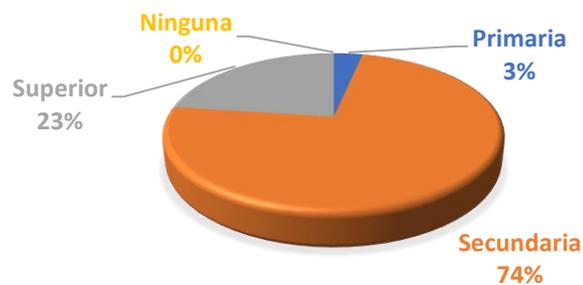
Nivel de educación

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	8	3,33
Secundaria	177	73,75
Superior	55	22,92
Ninguna	0	-
Total	240	100

Fuente: Encuesta realizada a los emprendedores de la ciudad de Guaranda 2023

Elaborado por: Tanya Zaruma

Gráfico 16. Nivel de Educación



Elaborado por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: Según los resultados encuestados de los emprendedores su nivel de educación es una debilidad ya que afecta a la sostenibilidad de emprendimientos con una gran incidencia en los conocimientos que debe tener para empezar con un emprendimiento ya que repercute en ello el poder demostrar que gran parte de la población haya completado sus estudios secundarios.

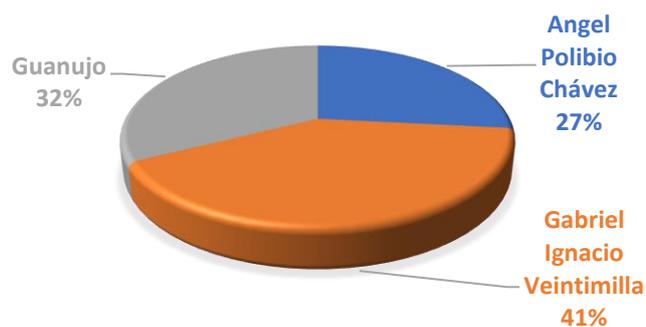
Tabla 18

Parroquia

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Ángel Polibio Chávez	64	26,67
Gabriel Ignacio Veintimilla	98	40,83
Guanujo	78	32,50
Total	240	100

Fuente: Encuesta realizada a los emprendedores de la ciudad de Guaranda 2023
Elaborado por: Tanya Zaruma

Gráfico 17. Parroquia



Elaborado por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: Se puede evidenciar que gran parte de emprendedores se encuentra en la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla esto debido a que consideran que es un lugar muy transitado en el que pueden cada emprender un negocio.

Pregunta 1.- ¿Cuenta usted con conocimiento en emprendimiento?

Tabla 19

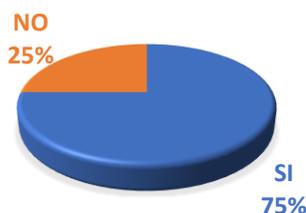
Conocimiento en emprendimiento

Variable	Cantidad	Porcentaje
SI	180	75
NO	60	25
TOTAL	240	100

Fuente: Encuesta realizada a los emprendedores de la ciudad de Guaranda 2023

Elaborad por: Tanya Zaruma

Gráfico 18. Conocimiento en emprendimiento.



Elaborado por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: Según los resultados de mayor relevancia, los emprendedores no cuentan con conocimiento debido a que han iniciado sus negocios sin bases de una manera empírica lo que ha generado en algunos emprendedores el fracaso de sus negocios.

Pregunta 2.- ¿Qué tipo de emprendimiento tiene usted?

Tabla 20

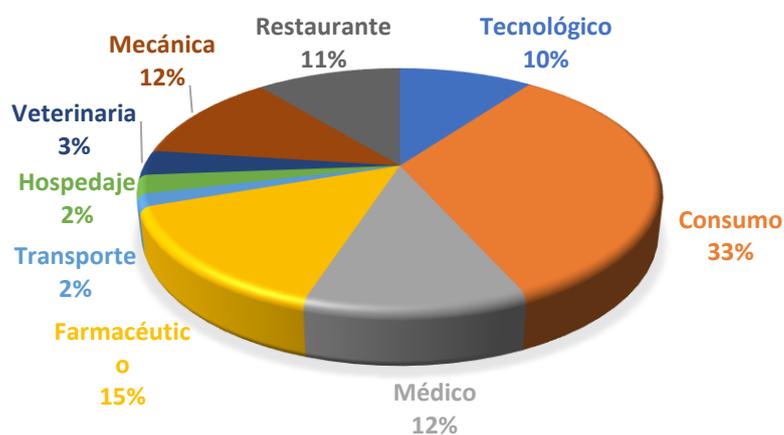
Tipo de emprendimientos

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Tecnológico	24	10
Consumo	80	33
Médico	28	12
Farmacéutico	35	15
Transporte	4	2
Hospedaje	6	3
Veterinaria	8	3
Mecánica	29	12
Restaurante	26	11
Total	240	100

Fuente: Encuesta realizada a los emprendedores de la ciudad de Guaranda 2023

Elaborado por: Tanya Zaruma

Gráfico 19. Tipo de emprendimientos.



Elaborado por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: Según los resultados de mayor relevancia, el tipo de emprendimiento más frecuente en la ciudad de Guaranda es el de consumo debido a que las personas han empezado a

abrir sus negocios de tiendas de consumo en varios puntos de la ciudad de Guaranda, esto ya que se ha ido incrementando la población por ende se ha llegado a ver la necesidad de abrir sus negocios en espacios ya sea arrendados o en sus casas permitiéndoles tener un ingreso para su hogar

Pregunta 3.- ¿Existe tradición en su familia sobre este tipo de emprendimiento?

Tabla 21.

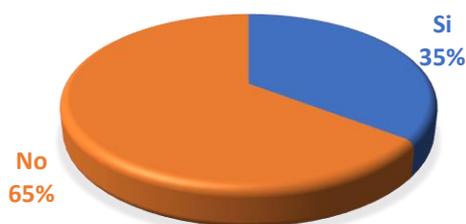
Tradición familiar

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	85	35
No	155	65
Total	240	100

Fuente: Encuesta realizada a los emprendedores de la ciudad de Guaranda 2023

Elaborado por: Tanya Zaruma

Gráfico 20. Tradición familiar.



Elaborado por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: Tomando en cuenta los resultados de mayor relevancia, los encuestados demuestran que no existe una

tradición familiar ya que muchas de las familias tienen negocios no necesariamente de la misma actividad de negocio de la familiar

Pregunta 4.- ¿Qué le motivó a emprender?

Tabla 22

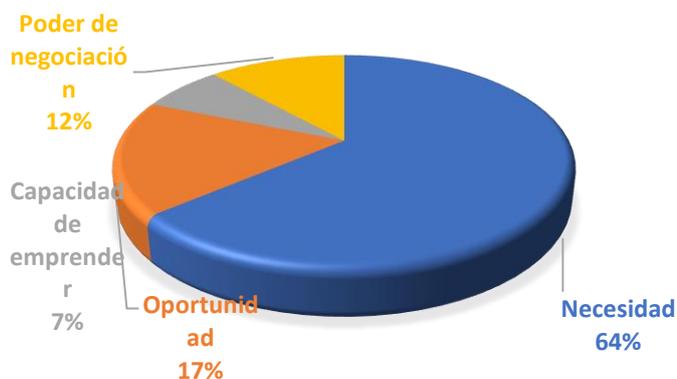
Motivo de emprendimiento

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Necesidad	153	64
Oportunidad	42	18
Capacidad de emprender	17	7
Poder de negociación	28	12
Total	240	100

Fuente: Encuesta realizada a los emprendedores de la ciudad de Guaranda 2023

Elaborado por: Tanya Zaruma

Gráfico 21. Motivo de emprendimiento.



Elaborado por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: Como demuestran los resultados, se puede notar que los encuestados emprenden principalmente por la necesidad, en la que muchos de los emprendedores concuerdan en que la falta de oportunidades laborales les hace buscar otros medios que generen ingresos para sus hogares. Los emprendedores de la ciudad de

Guaranda optan por abrir sus negocios corriendo riesgos uno de ellos que pocas son las personas que dominan el poder de negociación y sobre todo la capacidad de emprender.

Pregunta 5.- ¿Realizó algún estudio técnico acerca de su modelo de negocio?

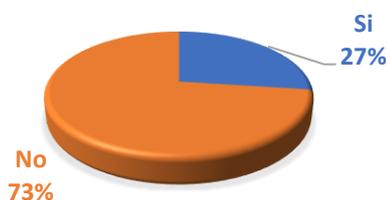
Tabla 23

Estudio técnico

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	65	27
No	175	73
Total	240	100

Fuente: Encuesta realizada a los emprendedores de la ciudad de Guaranda 2023
Elaborado por: Tanya Zaruma

Gráfico 22. Estudio técnico.



Elaborado por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: Una vez analizados los resultados, se puede decir que los encuestados no han realizado un previo estudio técnico acerca del modelo de negocio esto debido a que muchos de ellos han emprendido de una manera empírica, para lo que los emprendedores dicen que los años son quienes han sido necesarios para dominar ciertas habilidades de sus negocios.

Este resultado permite corroborar que varios dueños de los emprendimientos desconocen de técnicas que hoy en día son de gran ayuda para potenciar sus negocios.

Pregunta 6.- ¿Qué tiempo lleva usted con su emprendimiento?

Tabla 24

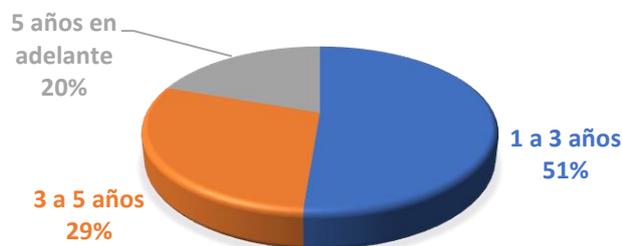
Tiempo en el mercado local

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3 años	123	51
3 a 5 años	70	29
5 años en adelante	47	20
Total	240	100

Fuente: Encuesta realizada a los emprendedores de la ciudad de Guaranda 2023

Elaborado por: Tanya Zaruma

Gráfico 23. Tiempo en el mercado local.



Elaborado por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: Como muestran los resultados, en la ciudad de Guaranda existen emprendimientos con un gran número que oscilan entre un año y tres, esto debido a que son emprendimientos nuevos con pocos años de vida en el mercado, se puede considerar que aún existen emprendimientos con un mayor tiempo de vida y esto es a que cuentan con más de 15 años en el mercado, esto debido a que la experiencia les ha permitido tomar mejores decisiones en cuanto a sus negocios.

Pregunta 7. ¿Cuenta usted con Ruc o Rise?

Tabla 25

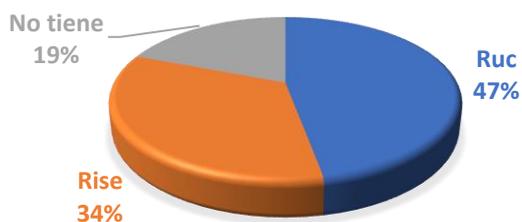
Requisito con el que debe constar un emprendimiento.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Ruc	113	47,08
Rise	81	33,75
No tiene	46	19,17
Total	240	100

Fuente: Encuesta realizada a los emprendedores de la ciudad de Guaranda 2023

Elaborado por: Tanya Zaruma

Gráfico 24. Requisito con el que debe constar un emprendimiento.



Elaborado por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: En esta ocasión los emprendedores de la ciudad de Guaranda cuentan con Ruc esto debido a que consideran que el contar con este requerimiento les ayuda a tener un medio más factible a la hora de buscar un préstamo en entidades financieras por lo que creen que este requisito es necesario a su vez para brindar un mejor servicio a la localidad. Existe un cierto porcentaje de emprendedores que cree que este requisito no es necesario ya que se sienten confundidos en cuanto a la información necesaria de acuerdo a diferencias entre el Ruc o Rise.

Pregunta 8.- ¿Al momento de emprender contaba con un capital?

Tabla 26

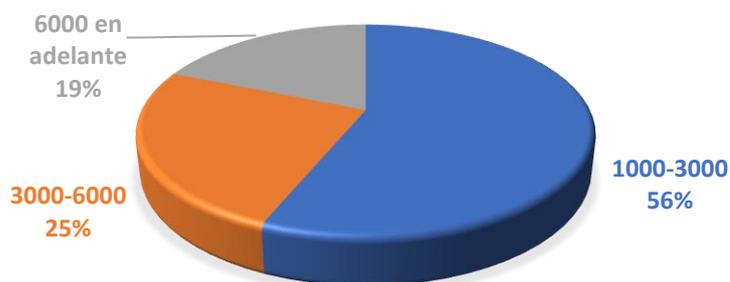
Capacidad económica a la hora de emprender

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1000-3000	135	56,25
3000-6000	60	25,00
6000 en adelante	45	18,75
Total	240	100

Fuente: Encuesta realizada a los emprendedores de la ciudad de Guaranda 2023

Elaborado por: Tanya Zaruma

Gráfico 25. Capacidad económica a la hora de emprender.



Elaborado por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: Se puede evidenciar que gran parte de los emprendimientos inician sus negocios con un capital bajo esto debido a que varios de ellos han iniciado sus negocios con un dinero que fue producto de un préstamo adquirido en entidades financiera.

Pregunta 9.- ¿Qué dificultad encontró usted al momento de emprender?

Tabla 27

Dificultad para emprender en la ciudad de Guaranda

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Financiamiento	136	56,67
Ubicación	67	27,92
Apoyo financiero	22	9,17
Capacidad de emprender	15	6,25
Total	240	100

Fuente: Encuesta realizada a los emprendedores de la ciudad de Guaranda 2023
Elaborado por: Tanya Zaruma

Gráfico 26. Dificultad para emprender en la ciudad de Guaranda.



Elaborado por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: Según los resultados los encuestados tuvieron dificultades al emprender debido a que su mayor problema fue el financiamiento, ya que consideran que el apoyo financiero no fue muy bueno, en la que varios de los emprendedores dicen no haber cumplido con los parámetros que las entidades financieras pedían como requisitos a la hora de solicitar un préstamo. Se considera también que la ubicación fue otro de los problemas ya que los arriendos en la ciudad de Guaranda son elevados, costos que varios de los emprendedores tuvieron como debilidades a la hora de emprender sus negocios.

Pregunta 10.- ¿Considera necesario tener un título profesional para emprender?

Tabla 28

Conocimiento profesional para emprender

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	152	63
No	88	37
Total	240	100

Fuente: Encuesta realizada a los emprendedores de la ciudad de Guaranda 2023
Elaborado por: Tanya Zaruma

Gráfico 27. Conocimiento profesional para emprender.



Elaborador por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: Según los resultados los emprendedores consideran que el contar con un título si es necesario para emprender, esto debido a que consideran que el conocimiento acerca de los negocios sería un arma a favor para dominar de mejor manera el negocio, ya que el no conocer acerca de negocios y de una buena administración hace que muchos emprendimientos de la ciudad de Guaranda cierren sus puertas.

Pregunta 11.- ¿A su criterio que tipos de emprendimientos hacen falta en la ciudad de Guaranda?

Tabla 29

Posibles emprendimientos que cuenten con gran potencial

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Comida rápida	35	16,36
Especialistas en el área de la salud	63	29,44
Boutique	12	5,61
Empresas Fabricantes	48	22,43
Fabricantes de repuestos	45	21,03
Cosmética	8	3,74
Patio de vehículos	3	1,40
Total	214	100

Fuente: Encuesta realizada a los emprendedores de la ciudad de Guaranda 2023

Elaborado por: Tanya Zaruma

Gráfico 28. Posibles emprendimientos que cuenten con gran potencial.



Elaborado por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: Según los resultados de mayor relevancia, los encuestados optan por tener un emprendimiento que cuente con especialista en el área de la salud esto con el objetivo de ya no tener la necesidad de buscar una mejor atención en otras ciudades, a su vez esta se direcciona en la búsqueda empresas distribuidoras por lo

que consideran los emprendedores que sería de gran ayuda para sus emprendimientos contar con empresas fabricantes.

Pregunta 12.- ¿Considera usted que encontrarse en un buen estado emocional ayuda a emprender?

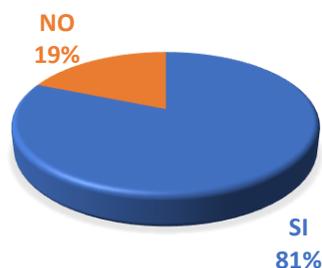
Tabla 30

Un buen estado emocional ayuda a emprender

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	195	81,25
No	45	18,75
Total	240	100

Fuente: Encuesta realizada a los emprendedores de la ciudad de Guaranda 2023
Elaborado por: Tanya Zaruma

Gráfico 29. Un buen estado emocional ayuda a emprender.



Elaborado por: Tanya Zaruma

Análisis e Interpretación: Según los resultados los emprendedores consideran que el poder encontrarse en un buen estado emocional si ayuda a emprender esto debido a que se puede tomar mejores decisiones en cuanto a negocios, muchos de los emprendedores consideran que en la pandemia hubo un bajo estado emocional por lo que terminaron por colapsar tomando decisiones en las que pusieron en riesgo su integridad física.

4.2.1 Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

La presente encuesta fue realizada en base a nuestra muestra de estudio en este caso a 240 emprendedores de la ciudad de Guaranda, conformados por la parroquia Urbana siendo este la Parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla, Ángel Polibio Chávez y Guanujo mismo que han aportado con información relevante que permita la eficiencia de la investigación, para lo cual se conoce que el 75% de los emprendedores es decir 155 personas no cuentan con conocimientos en emprendimientos por lo que debilita a los emprendimientos entendiéndose así que un 25 % de emprendedores conocen del tema para lo cual ellos reciben ciertas capacitaciones de emprendimientos y de análisis financiero lo que ayuda a llevar un emprendimiento de crecimiento en el mercado de la ciudad de Guaranda, los emprendedores que tienen un mayor nivel en emprendimiento son la de consumo, ya que después de atravesar una pandemia han optado por abrir sus negocios de consumo tanto masivo como de comida rápida por lo que consideran que las personas siempre buscan productos alimenticios.

Según el Gem específicamente la TEA se compone de dos tipos de emprendedores, nacientes y nuevos en la cual se considera a los nacientes aquellas personas entre 18 y 64 años que están tomando acciones para la puesta en marcha de un negocio es decir que según nuestra investigación existe el rango alto de edad en los emprendedores de la ciudad de Guaranda estableciendo un alto índice en los últimos años esto debido a que jóvenes han optado por abrir sus negocios de manera empírica.

Durante el período 2010-2019, la TEA ha venido presentando niveles superiores al 20%. La proporción tanto de emprendedores nacientes como nuevos

ha incrementado en el 2019, habiendo más emprendedores nacientes que nuevos. En cambio, la proporción de negocios establecidos (aquellos que superan los 42 meses) disminuyó a 14.7%, desde 15.4% en el 2017. (Virginia Lasio A. A.). Esto nos da a entender claramente que los jóvenes están buscando opciones de emprendimiento unas que corren con suerte y otras que tiene vida en corto plazo.

CAPÍTULO V
INFORME FINAL; ESTUDIO DE MERCADO PARA LA
SOSTENIBILIDAD A LOS EMPRENDIMIENTOS DE LA CIUDAD DE
GUARANDA

5.1 Introducción

La presente investigación ha permitido identificar principales falencias de los emprendedores en la cual se ha podido encontrar el poco conocimiento sobre emprender, la insuficiente información de cómo llevar a cabo un emprendimiento cuando se habla de liderazgo de un negocio, esto ha llevado a que los emprendimientos tengan poca sostenibilidad lo cual es inestable para el crecimiento económico de la ciudad de Guaranda. El emprendimiento ha venido cobrando mucha importancia en los últimos años, debido a que es un factor clave para el crecimiento económico y sobre todo la competitividad, en la ciudad de Guaranda, existe múltiples factores que hace que los emprendimientos desaparezcan en el corto plazo generando una gran debilidad económica tanto emprendedora como un punto negativo para la ciudadanía. Para lo cual se considera que una guía estructurada, conocimiento, un plan de negocios, oferta de productos necesarios para el consumidor, endeudamiento, reinversión, ubicación, sector económico, son determinantes en la sostenibilidad de emprendimientos, esto en cuanto a que los resultados se los puede considerar como un llamado de atención hacia la necesidad de profundizar en estudios a los emprendimientos sin destacar que el estudio ayudaría a impulsar nuevos negocios.

Los principales resultados destacan un índice de actividad emprendedora temprana, existe poca motivación para la reinversión y o fortalecimiento del emprendimiento.

5.2 Justificación

Este informe permitirá conocer más detalladamente las falencias de los emprendedores de la ciudad de Guaranda, mismas que han llegado a ser el resultado de los cierres de los negocios ya que no llegan a sobrevivir el tiempo necesario para crecer de una forma eficiente.

Permitirá conocer los puntos de vista de los usuarios lo cual es fundamental para los emprendedores ya que con esta información podrán mejorar y sobre todo crecer en el mercado de la ciudad de Guaranda, buscando la manera de innovar con mejores productos y sobre todo con servicios que satisfagan a la localidad guarandea.

En virtud de la investigación realizada fue posible obtener diversos hallazgos a constituirse como divergentes en comparación a ciertos argumentos sostenidos por Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (Virginia Lasio A. A., 21/10/20) en su informe publicado en el año 2020 en una de las tablas afirma que el género masculino es quien lidera la iniciación, creación y constitución de emprendimientos con un 55.58% sin embargo para el caso de Guaranda el panorama resulto distinto esto debido a que:

Se evidencio que en la zona de estudio el género femenino fue el dominante con un 55% frente al masculino con un 42%, cabe destacar que en el producto final expuesto por el GEM no se encuentra el género LGBTI a lo cual puede ser mal interpretado ya que se consideraría como una discriminación. El género es aquel que se encarga de describir aquella categoría cultural socialmente constituida.

En relación al estudio se establece que la ciudad de Guaranda cuenta con un 3% de la población LGBTI que es emprendedora en la ciudad de Guaranda esto,

como una respuesta favorable ante la comunidad ya que se siguen perdiendo ciertos paradigmas que antiguamente se la venia creyendo.

Por tal razón se justifica el presente informe final, para dar a conocer a futuros emprendedores o a dueños de negocios de la localidad datos específicos de cuáles son las principales dificultades para empezar su emprendimiento. Mediante este informe se da a conocer la información investigada la cual permitirá saber cómo se encuentra el emprendedor de la ciudad de Guaranda, como se encuentran los negocios, tienen o no oportunidades. Se podrá conocer si existe o no un mercado competitivo en la localidad.

5.3 Objetivos

5.3.1 *Objetivo general*

Recabar información que permita identificar la sostenibilidad de potenciales emprendimientos en la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, año 2023

5.3.2 *Objetivos del informe*

- ✓ Realizar las preguntas de investigación dirigida a los emprendedores y población en general de la ciudad de Guaranda.
- ✓ Analizar de manera cualitativamente los resultados de la información obtenida
- ✓ Presentar las respectivas conclusiones y recomendaciones en el informe final

5.4 Análisis situacional

Se considera que un 75% de los emprendedores son personas que tienen una mínima educación en relación a su emprendimiento, El 74% de emprendedores se basan en procedimientos empíricos para la apertura de cada uno de ellos sin previos estudios de mercado lo que debilita y hace más riesgoso la probabilidad de éxito del emprendimiento, esto en cuanto al nivel de educación de cada uno de los emprendedores siendo en su gran mayoría bachilleres, considerando a los emprendedores con conocimientos básicos de las necesidades que tiene un consumidor.

Las encuestas realizadas dan a conocer que un 41% de emprendedores que se ubican en la ciudad de Guaranda, en la parroquia urbana Gabriel Ignacio Veintimilla, seguidamente con un 33% de emprendedores en la parroquia de

Guanaju y el 27% restante se encuentran ubicados en la parroquia Ángel Polibio Chávez, varias de las personas cuentan con conocimientos básicos en negocios esto debido a que existen casos en los que los familiares dan a conocer cierta información de lo que es un negocio, en algunos casos siendo negativas ya que han tenido que cerrar sus negocios, para volver a emprender en nuevas ideas comerciales.

Se considera un 33% de emprendimientos en lo que es el sector de consumo, contando así con un gran porcentaje de la localidad que brinda el servicio de comida rápida, restaurantes, y demás productos de consumo masivo.

Un 65% de emprendedores dan a conocer que en sus casos no existe tradición familiar en cuanto a los negocios, por el cual se les considera como emprendedores con poca o ninguna experiencia, y el 35% cuenta con experiencia debido a estudios o herencia familiar.

El emprendimiento en la ciudad de Guaranda se encuentra débil ya que varios de los emprendedores no han realizado un previo estudio acerca de su modelo de negocio esto cuanto a preferencias, gustos, necesidades de la localidad por lo que muchas de las veces los negocios han optado por cerrar debido a una mala ubicación del emprendimiento, es decir al abrir sus negocios en una zona que no es tan rentable para el tipo de negocios que se colocan en la ciudad, actualmente los emprendedores se encuentran desmotivados debido a que no cuentan con un amparo del Municipio de Guaranda, en cuanto a que no se prioriza el comercio local dando paso a comerciantes de otras ciudades, los cuales están exceptos a varios impuestos establecidos por el municipio. Así como la falta de acción por parte de la Cámara de Comercio de Guaranda para proteger a los emprendedores local. Al sentirse así

creen que no pueden llegar a tener oportunidades dentro de la misma ya que consideran que no se sienten escuchados ante sus necesidades, siendo este un factor negativo para sus emprendimientos.

En la actualidad se puede considerar que la competitividad ha aumentado en la ciudad de Guaranda esto debido al individualismo y poca comunicación en la colectividad, así también la falta de creatividad e innovación por parte de los emprendedores.

En cuanto a abastecimiento en la ciudad de Guaranda no se ha encontrado distribuidores que provean de insumos a los negocios, por lo que se han visto en la necesidad de buscar productos de las grandes ciudades, elevando sus precios debido a la logística para adquirir el producto. Cada uno de los emprendedores no cuentan con un abastecimiento adecuado ya que cuentan con intermediarios y no directamente con el fabricante.

La mayor parte de los emprendimientos optan por negocios tradicionales donde se ha visualizado que los requerimientos son básicos al no incorporar un valor agregado en el proceso productivo del producto.

5.5 Foda

Foda emprendedores

Tabla 31

Foda emprendedores



Elaborador por: Tanya Zaruma

ECOSISTEMA DEL EMPRENDIMIENTO

El ecosistema de emprendimiento hace referencia al conjunto de actores tales como entidades gubernamentales, organizaciones públicas y privadas, entidades financieras, instituciones educativas, que interactúan formal o informalmente para conectar, mediar y gobernar el desempeño en un ambiente local de emprendimiento, facilitando la creación y el desarrollo sostenible de nuevas empresas (Mason y Brown, 2014:5; Isenberg, 2010:3; Cohen, 2006:3)

La existencia de un ecosistema fortalecido es un factor que incide en la competitividad de un país, en este sentido, la generación de cultura emprendedora

requiere de la presencia de una política pública en materia de emprendimiento que constituya la base para la formación de un ecosistema de emprendimiento (SotoRodriguez, 2014:31).

Ecuador presentaba un crecimiento anual del PIB en 0,7% sin embargo la complejidad del texto económico se agravó esto debido a la pandemia por la que se tuvo que atravesar en donde cada uno de las personas debían guardar confinamiento.

La caída súbita del consumo global también afectó a los precios internacionales del petróleo. En este contexto, las proyecciones de crecimiento económico del país han cambiado drásticamente hacia el lado negativo, con valores de alrededor de -7%. Enfrentando así una serie de retos en el corto plazo, basados en una encuesta de empresas latinoamericanas, *Kantis* y *Angelelli* (2020) indican que aquellas con menor trayectoria son las más afectadas. Además, muestran que el impacto inmediato varía en gran medida dependiendo del sector, donde las más perjudicadas son las empresas de turismo y entretenimiento, mientras que las de tecnología son las menos afectadas esto en cuanto a que las personas se adoptaron a una era digital donde cada uno de ellos innovaron en cuanto a tecnología y varios emprendimientos evolucionaron, aquellas que no llegaron a lograrlo fueron los que desaparecieron.

En cuanto a los emprendedores se considera un rango elevado en mujeres con un 55% seguidamente de los hombres con un 43% de las cuales se establecen que el 74% de ellos solo tienen una formación secundaria en decir el bachillerato para el caso de las parroquias urbanas de la ciudad de Guaranda, la mayor parte de negocios se encuentra situado en la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla, un 75%

de los emprendedores consideran que tienen conocimiento en emprendimiento, a la experiencia empírica que han generado en antiguos trabajos o la de sus mismos negocios, los emprendedores debido se centran con un 33% más en emprendimientos de

Consumo y seguidamente con un 15% en farmacéutico.

La tradición no ha sido algo que emerge en el seno familiar ya que cada uno considera que han emprendido por necesidad.

Cada uno de los emprendedores no han realizado estudios previos por lo que desconocen sobre lo que se trata un estudio de mercado, siempre se han basado en encontrar lugares que no sean tan costosos por lo que consideran que la zona céntrica tiende a tener costos elevados de arrendamiento para lo que consideran no sentirse preparados en empezar a pagar altos arriendos, con la incertidumbre de éxito o fracaso.

Se considera que un 51% son negocios nuevos estableciéndolos como negocios a corto plazo, lo cual se considera una gran amenaza para la ciudad.

El 47% de los emprendedores creen que contar con un RUC, es necesario para abrir puertas en las entidades bancarias, a su vez consideran un punto negativo debido a las altas tasas de interés que les ofrecen para una posible inversión, esto entendiéndose que de los emprendedores un 56% nacen con un capital de 1000 a 3000 dólares para lo cual sienten temor de reinversión y déficit económica, sienten que su poco conocimiento en cuanto a educación les hace víctimas de malas decisiones por lo que, un 63% de emprendedores consideran que es necesario el tener un título profesional en Marketing, Negocios, Administración de Empresas, o capacitaciones de emprendimiento.

Cada uno de los emprendedores muestran un 23% de necesidad en que existan en la ciudad empresas fabricantes, un 29% establecen que debería incorporarse mejores especialistas en cuanto a salud.

Financiamiento recibido

El 56 % de los emprendedores comenzaron con un capital débil ya que la inversión fue a base de endeudamiento. Por lo que consideraron varios aspectos negativos entre ellos, el alto interés que pagan a las entidades financieras, calificando así negativamente el inicio de los emprendimientos.

Cabe aclarar que todos ellos manifestaron que su capital inicial no logro cubrir la expectativa principal con la que hubieran deseado ingresar al mercado. Es de destacar que esta situación afecta principalmente a aquellos rubros que requieren una mayor inversión en maquinaria o tecnología. Como, por ejemplo, construcción, carpintería, electricidad, sonido e iluminación o acondicionamiento del lugar.

Dificultades al emprender

En las encuestas realizadas a los emprendedores se ha establecido varias dificultades que tuvieron que afrontar a la hora de iniciar su negocio. En relación a esto, la mayoría manifestó desconocer cómo establecer un precio acorde al producto ofrecido o no contar con conocimientos vinculados al área de marketing y publicidad. Otra dificultad mencionada fue la referida a las bajas ventas, en su mayoría lo relacionaron a las fluctuaciones de mercado, pero también puede relacionarse con lo mencionado en el párrafo anterior.

CONCLUSIONES

- Se concluye finalmente que el mercado de Guaranda busca nuevas tendencias en cuanto a preferencias y gustos en productos y servicios lo que alerta a la ciudadanía, ya que buscan mejores opciones fuera de la ciudad
- El índice de actividad emprendedora se encuentra con un 22% establecido en jóvenes entre 25 y 30 años por debajo del índice que predominan las personas más jóvenes: más de la mitad de los emprendedores en Ecuador tiene menos de 35 años, y casi un tercio del total tiene entre 25 y 35 años. Esta tendencia se revierte en el caso de los propietarios de negocios establecidos: 23% de las personas con negocio, cuenta con de menos de 35 años, y el 13% restante del total tiene menos de 25 años. En esta etapa de negocio el grupo de mayor representación es el de personas de 45 años en adelante con un 23% de los emprendedores donde se consideran ser personas que han creído en la perseverancia del negocio.
- Para las personas mayores de 45 años, en el tema de innovación se les ha hecho un completo cambio de paradigma con la tecnología y la innovación, esto en cuanto a que jóvenes emprendedores han sabido ser grandes desafistas en la tecnología con el uso de plataformas digitales que les permite llegar de mejor manera a los consumidores, donde de cierta forma muestra sus producto y servicios, haciendo un mejor contacto con el cliente.
- Existe poca motivación en los emprendedores ya que el trabajo mancomunadamente con el municipio y entidades bancarias no es buena debido a que no cuentan con planes de capacitación en emprendimiento y negocios, donde en la actualidad se visualiza que los emprendedores trabajan de una manera individualista.

RECOMENDACIONES

- Los esfuerzos para medir la innovación en el país deben partir de la evaluación del entendimiento de los conceptos de innovación, por parte de los emprendedores en capacitarse y mejorar sus nuevas formas de llegar al consumidor. Innovando en tecnología, tendencias, preferencias y gustos haciendo que los consumidores se sientan satisfechos con los productos y servicios que encuentren en la ciudad de Guaranda
- Se recomienda que las políticas de Educación sean analizadas en cuanto a que los estudiantes reciban mejores capacitaciones en Educación emprendedora, donde puedan recibir bases necesarias y fundamentales de lo que un emprendedor naciente debe hacer para abrir su negocio, en las cuales también puedan generar mejores ideas de negocio
- Se fomente el uso de las aplicaciones tecnológicas para el uso de los emprendimientos. Donde mantener actualizada la red de emprendedores de la ciudad de Guaranda es fundamental para el trabajo colectivo y mancomunado.
- El municipio del cantón Guaranda sea más participativo con los emprendedores de la localidad amparando los derechos de cada uno de ellos, brindando capacitaciones, en la cual se plantee como punto principal un plan de negocios.

BIBLIOGRAFÍA

- Administrador. (12/9/16). *LA GESTIÓN LOCAL EN LA CIUDAD INTERMEDIA*.
- Alban, G., & Guevara, P. (01 de 07 de 2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Revista Científica Mundo de la Investigacion y el Conocimiento*, Vol. 3(Nro. 4), 163-173. Obtenido de <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>
- Alcaldía. (27 de 12 de 2022). Alcaldía de Guaranda. Obtenido de <http://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/el-canton/#1478891608317-90fb37a5-6226>
- Arias, J., & Covimos, M. (2021). *Diseño y Metodología de la Investigación* (Primera Edición Digital ed.). Arequipa, Peru: Enfoques Consulting EIRL. Recuperado el 18 de 04 de 2022, de file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Arias-Covinos-Dise%C3%B1o_y_metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Aroca, M., Manzano1, M., Quizhpe1, V. H., Domínguez1, C., & Rivadeneira, E. (21/3/19). *LA SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN EL CANTÓN GUARANDA*. Guaranda .
- Asamblea. (2020). Ley Organica de Emprendimiento e Innovacion.
- Asamblea, N. (2008). Consititucion de la Republica del Ecuador. Quito, Ecuador.
- Barrios, L. (13 de 08 de 2021). *Inversión*. Obtenido de ARKANGELES: <https://www.arkangeles.com/blog/inversion-ejemplos-y-beneficios>
- Bayas, C., & Macas, I. (2016). *FACTORES QUE INCIDEN EN LA SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN EL CANTÓN*

ECHEANDÍA [Tesis de Ingeniería Comercial, Universidad Estatal de Bolívar]. Repositorio Institucional UEB. Obtenido de [https://www.dspace.ueb.edu.ec/bitstream/123456789/1516/1/INFORME%20FINAL%20DEL%20PROYECTO%20DE%20%20INVESTIGAC% c3 %8dON.pdf](https://www.dspace.ueb.edu.ec/bitstream/123456789/1516/1/INFORME%20FINAL%20DEL%20PROYECTO%20DE%20%20INVESTIGAC%c3%8dON.pdf)

Bernal, C., & Arias, F. (2018). *Metodologia de la Investigacion* (3ra. Edicion ed.). Bogota, Colombia: Mc Graw. doi:ISBN E-BOOK 978-958-699-129-2

Borja, A., Carvajl.H., & Vite, H. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Revista Espacios*, Vol. 41(Nro. 24), 183-196. Obtenido de <http://w.revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p15.pdf>

Borrayo, C., Zepeda, A., & Melgarejo, B. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista de ciencias sociales*, Vol. 25(Nro. 3), 72-87. Guadalajara , Mexico. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7026735>

Cabana, R., Cortes, I., Plaza, D., Castillo, M., & Alvarez, A. (2013). Análisis de las capacidades emprendedoras potenciales y efectivas en alumnos de centros de educación superior. *Journal of technology management & imanagement & innovation*, Vol. 8(Nro. 1), 65-75. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6524639>

Cabezas, E., Naranjo, D., & Torres, J. (2018). Introduccion a la metodologia de la investigacion cientifica. *Introduccion a la metodologia de la investigacion cientifica*. Sangolqui: Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. Recuperado el 28 de 03 de 2022, de

<http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>

Casas, J., Repullo, J., & Donado, J. (2017). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *Atencion Primaria* , Vol. 31(Nro. 8), 527-538. Obtenido de <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>

Chacha, S., Alvarado, E., Villacís, C., & Flores, O. (2019). Desarrollo económico local en Ecuador: Relación entre producto interno bruto y sectores económicos. *Revista de ciencias sociales*, Vol. 25(Nro. 1), 82-98. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7113717>

Condori, P. (2020). Universo, población y muestra. doi:chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://www.aacademica.org/cporfirio/18.pdf>

De Gialdino, I. (2019). Estrategias de investigacion cualitativa. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://www.gedisa.com/gacetillas/240022.pdf>

Foullon, J. (2020). Segmentación de mercado. Obtenido de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/3432>

Fuentes, F., & Chela, J. (2020). *Factores críticos en la sostenibilidad de los emprendimientos en el Cantón las Naves [Tesis de Ingeniería Comercial, Universidad Estatal de Bolívar]*. Repositorio institucional UEB.

Obtenido de
<https://www.dspace.ueb.edu.ec/bitstream/123456789/3418/1/UNIVERSIDAD%20ESTATAL%20DE%20BOL%C3%8DVAR%20ukltima%20correccion.pdf>

Galvis, J. (2019). Definición, importancia y análisis de la empresa familiar. *Lúmina*, Vol. 20, 8-28.

García, A., Alderete, O., & Rodríguez, M. (2016). ¿SON IMPORTANTES LOS ESTUDIOS DE MERCADO? LA OPINIÓN DE UN GRUPO DE EMPRESARIOS OAXAQUEÑOS . *Centro Universitario Casandoo. Cathedra et Scientia. International Journal* . Obtenido de http://www.profesoresuniversitarios.org.mx/catedra_ciencia_international_journal/0024_estudios_de_mercado_opinion_empresarios.pdf

González, J., & Tejero, M. (2021). Técnicas de investigación cualitativa. *Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha*. Obtenido de <https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/28529/04%20TECNICAS-INVESTIGACION-WEB-4.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2018). *Metodología de la Investigación* (Sexta Edición ed.). Mexico: Mc Graw. doi:ISBN: 978-1-4562-2396-0

INEC. (2021). Base de datos de la población ocupada por sector económico. .

Ingeniero, C. D. (2018). *FACTORES DE EMPRENDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS* . Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27875/1/03%20AEF.pdf>

- Kirberg, S. (2019). *Marketing para Emprender*. Bogotá: Ediciones de la U .
Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecaueb/127104?page=22>
- Kotler, P., Bloom, P., & Hayes, T. (2004). *El marketing de servicios profesionales*. Mexico, Mexico: PAIDOS Empresa .
- Lara, D. (s.f.). *División de Parroquias Urbanas* . RG Arquitectura , Guaranda .
- Latorre, E., Díaz, C., Plata, Á., & Marín, S. (2015). Caracterización de dos experiencias exitosas de negocios inclusivos en Colombia. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas, Vol. 15(Nro. 28)*, 197-212. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-89532015000100014
- Laza, C. (2019). *Investigación y recogida de información de mercados*. . UF1780. Tutor Formación. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=srenDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=funciones+de+la+investigacion+de+mercado&ots=OW625ai89p&sig=ZGcoO4sOFcvPk42g75eAMvB1RGg#v=onepage&q=funciones%20de%20la%20investigacion%20de%20mercado&f=false>
- Leite, E., Correia, E., Sanchez, D., & Leite, E. (2015). EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR: CONDICIONANTES PARA LA INNOVACIÓN HOLOS. *Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte Natal, Brasil, Vol. 5*, 278-291 .
- León, D. M. (2004). Obtenido de https://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.pdf

López, J. (2020). Fundamentos de atención al cliente. Editorial Elearning, SL.

Obtenido de

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=VGzoDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=atenci%C3%B3n+al+cliente&ots=OQDcLK3ffK&sig=p4tZus50mqSBjzE4rqB7Ufa7CY0#v=onepage&q=atenci%C3%B3n%20al%20cliente&f=false>

López, S. (2020). Atención al cliente, consumidor y usuario. Ediciones Paraninfo,

SA. Obtenido de

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=jpzODwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=atenci%C3%B3n+al+cliente&ots=2JW0MC2GxT&sig=Nk7Yr8xdNvm8y-_Xmz33XxsmZEs#v=onepage&q=atenci%C3%B3n%20al%20cliente&f=false

Luján, B., & Cueva, C. (2021). Marketing y la demanda de viviendas sostenibles en Perú. *Revista de ciencias sociales, Vol. 27 (Nro. 1)*, 368-384.

Medeiros, V., Godoi, L., & Teixeira, E. (2019). La competitividad y sus factores

determinantes. *RVE129_Medeiros.pdf*, 8. Obtenido de

https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/45005/RVE129_Medeiros.pdf

Moreno, J., & Dueñas, B. (2017). La administración de empresas: emprendimiento

y gestión. *Dominio de las ciencias.*

doi:<https://doi.org/10.23857/dc.v3i3%20mon.731>

- Moya, P. (2021). *Estudio de mercados [versión PDF]*. Obtenido de <https://librosaccesoabierto.uptc.edu.co/index.php/editorial-uptc/catalog/download/48/78/2867?inline=1>
- Naranjo, K. (2019). *Factores que inciden en la sostenibilidad de los emprendimientos en el cantón Echeandía [Tesis de Ingeniería Comercial, Universidad Estatal de Bolívar]*. Repositorio Institucional UEB. Obtenido de <https://www.dspace.ueb.edu.ec/bitstream/123456789/3290/1/FACTORES%20CR%c3%8dTICOS%20EN%20LA%20SOSTENIBILIDAD%20DE%20LOS%20EMPREDIMIENTOS%20EN%20EL%20CANT%c3%93N%20ECHEAND%c3%8dA%2c%20PROVINCIA%20B.pdf>
- Ocampo, D. S. (23 de junio de 2020). *Investigación la encuesta y el cuestionario*. Obtenido de <https://investigaliacr.com/investigacion/la-encuesta-y-el-cuestionario/>
- Pedreschi, R., & Nieto, O. (15 de 07 de 2021). Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/213/2132226010/html/index.html>
- Rodríguez, A. (2019). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión, Vol. 26*, 94-119. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n26/n26a05.pdf>
- Saltos, V. K. (2023). *TRABAJO DE TITULACION PREVIO A LA OBTENCION DEL*. Repositorio Institucional UEB.
- Saraswati, A., & Prihadini, D. (2020). Analisis Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Loyalitas Customer Sofyan Hotel (Studi Deskriptif Pada Sofyan Hotel Cut Meutia Menteng Jakarta Pusat). *LUGAS Jurnal*

- Komunikasi*, Vol. 4(Nro. 2), 54-60. Obtenido de <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/lugas/article/view/1219>
- Sornoza, D., Parrales, M., Sornoza, G., Cañarte, T., Castillo, M., & Guaranda, V. (2018). Fundamentos de Emprendimiento. Ecuador : Área de innovacion y desarrollo. *Fundamentos de emprendimiento*, Vol. 6(Nro. 3), 2146-2164. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=727233>
- Terán, E., & Guerrero, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, Vol. 41(Nro. 7). Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/20410707.html>
- Terán, J. (2019). Análisis del mercado de la leche en Ecuador: factores determinantes y desafíos. *Repositorio Universia Tecnica de Valencia*. Valencia, España. Obtenido de <https://riunet.upv.es/handle/10251/124490>
- Thompson, I. (05 de 2006). *Definición de Oferta*. Obtenido de Promonegocios.net: <https://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>
- Turpín, J. E. (2007). *Turpín, Josefa Eugenia Blasco Mira J.* Obtenido de <https://docplayer.es/10299228-Metodologias-de-investigacion-en-las-ciencias-de-la-actividad-fisica-y-el-deporte-ampliando-horizontes.html>
- Vargas, A. (Noviembre de 2017). Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/326425903.pdf>
- Virginia Lasio, A. A. (21/10/20). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador*.
- Virginia Lasio, A. A. (s.f.). *GEM_Ecuador_2019.pdf*. Obtenido de Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020.

Vizueta, V. (2020). Los factores que afectan a los emprendimientos en el Ecuador.
INNOVA Reserach Journals, Vol. 5(Nro. 3). Obtenido de
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7878938>

ACTIVIDADES	ENERO																														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Elaboración del anteproyecto según la estructura establecida																															
Inscripción de estudiantes a la unidad de integración curricular, incluido el certificado de cumplimiento.																															
Aprobación de los anteproyectos, director y pares académicos.																															
Desarrollo del trabajo de integración																															

ACTIVIDADES	MARZO																															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
Recepción del proyecto con el correspondiente certificado de cumplimiento con el porcentaje para la aprobación de la asignatura Trabajo de Titulación e Integración Curricular firmado por el director.																																
Elaboración y entrega de informe del proceso de titulación del periodo académico																																

Elaborado por: Tanya Zaruma

Presupuesto Ejecutado

Tabla 32 Presupuesto

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Computadora	1	600,00	600,00
Pendrive	1	8,00	8,00
Copias	500	0,03	15,00
Impresiones	500	0,1	50,00
Esferos	4	0,45	1,80
Anillados	1	1,25	1,25
Alimentación	7	2,25	15,75
Transporte	8	0,3	2,40
Empastado	1	20	20,00
Carpeta	1	0,85	0,85
Folder	2	2,5	5,00
CD'S	2	1	2,00
Otros Gastos	1	20	20,00
TOTAL			722,05

Nota: Valores expresados en dólares

Instrumentos de recopilación de datos

Encuesta dirigida a Emprendedores



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN EMPRESARIAL E

INFORMÁTICA

CARRERA: MERCADOTECNIA

Estimado encuestad (@), por medio de la siguiente la Carrera de Mercadotecnia de la Universidad Estatal de Bolívar realiza estudios de investigación, lo cual permita la valoración de cada uno de sus aportes para poder conocer las características de desarrollo de los emprendimientos de la ciudad de Guaranda.

La presente información es totalmente anónima, solicitando a usted simplemente datos que permitan identificar la sostenibilidad de los emprendimientos.

Lea y analice detenidamente cada una de las preguntas, no realice borroneos ni correcciones, responda con sinceridad.

- **Edad:**

- **Sexo:**

Masculino

Femenino

- **Parroquia**

Ángel Polibio Chávez

Gabriel Ignacio Veintimilla

Guanajuato

• **Nivel de Educación:**

- Primaria
- Secundaria
- Superior
- Ninguna

1. Cuenta usted con conocimiento en emprendimiento

Si

No

Porque: _____

2. Qué tipo de emprendimiento tiene usted

Tecnológico

Consumo

Médico

Farmacéutico

Transporte

Hospedaje

Otros: Cuál _____

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

Si

No

4. Qué le motivo a emprender

Necesidad

Oportunidad

Capacidad de emprender

Poder de negociación

5. Realizó algún estudio técnico acerca de su modelo de negocio

SI

NO

6. ¿Qué tiempo lleva usted con su emprendimiento?

1 a 3 años

3 a 5

5 en adelante

7. ¿Cuenta usted con Ruc o Rise?

RUC

RISE

8. Al momento de emprender contaba con un capital

1000-3000

3000-6000

6000- en adelante

9. ¿Qué dificultad encontró usted al momento de emprender

- | | |
|------------------------|--------------------------|
| Financiamiento | <input type="checkbox"/> |
| Ubicación | <input type="checkbox"/> |
| Apoyo financiero | <input type="checkbox"/> |
| Capacidad de emprender | <input type="checkbox"/> |

10. Considera necesario tener un título profesional para emprender

Si

No

Por qué: _____

11. A su criterio que tipo de emprendimientos hacen falta a la ciudad de Guaranda

12. Considera usted que encontrarse en un buen estado emocional ayuda a emprender

Si

No



Encuesta dirigida a Usuarios

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN EMPRESARIAL E
INFORMÁTICA
CARRERA: MERCADOTECNIA

Estimado encuestad (@), por medio de la siguiente la Carrera de Mercadotecnia de la Universidad Estatal de Bolívar realiza estudios de investigación, lo cual permita la valoración de cada uno de sus aportes para poder conocer las características de desarrollo de los emprendimientos de la ciudad de Guaranda.

La presente información es totalmente anónima, solicitando a usted simplemente datos que permitan identificar la sostenibilidad de los emprendimientos.

Lea y analice detenidamente cada una de las preguntas, no realice borroneos ni correcciones, responda con sinceridad.

- **Edad:**

- **Sexo:**

Masculino

Femenino

- **Parroquia**

Ángel Polibio Chávez

Gabriel Ignacio Veintimilla

Guanujo

• **Nivel de Educación:**

- | | |
|------------|--------------------------|
| Primaria | <input type="checkbox"/> |
| Secundaria | <input type="checkbox"/> |
| Superior | <input type="checkbox"/> |
| Ninguna | <input type="checkbox"/> |

1. Considera importante el emprendimiento en la ciudad de Guaranda

Si

No

2. ¿De los emprendimientos actuales en la ciudad de Guaranda que tipos de emprendimiento

le llama más la atención a usted?

Vestimenta

Alimentación

Tecnología

Ferretería

Veterinaria

Calzado

Peluquería

Tercena

Comisariato

Venta de lubricantes

Otros: _____

3. Desde su punto de vista ¿Qué características debe poseer un emprendedor?

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| Líder | <input type="checkbox"/> |
| Innovador | <input type="checkbox"/> |
| Creativo | <input type="checkbox"/> |
| Comunicador | <input type="checkbox"/> |
| Poder en la negociación | <input type="checkbox"/> |

4. ¿Considera que los emprendimientos establecidos actualmente en la ciudad de Guaranda satisfacen la demanda potencial?

- Si
- No

Por qué: _____

5. Que tipos de emprendimientos considera usted que se debe establecer en la ciudad de Guaranda

6. Considera que el mercado de la ciudad de Guaranda esta óptimo para aceptar nuevos modelos de emprendimientos

- Si
- No

Por qué: _____

7. Desde su punto de vista que lugares son consideradas estratégicamente comerciales en la ciudad de Guaranda

8. ¿La publicidad a su criterio es importante para los emprendimientos?

Si

No

9. ¿Cuál es el medio publicitario que deben utilizar los emprendimientos para darse a conocer en la ciudad de Guaranda?

Publicidad en medios digitales

Publicidad en medios tradicionales

Evidencias de las encuestas





CERTIFICADO URKUND

Certificado URKUND

URKUND

Documento [Tesis Tanya Zaruma.docx](#) (D162061836)
Presentado 2023-03-24 10:01 (-05:00)
Presentado por luis.leva1@gmail.com
Recibido chviscarra.ueb@analysis.orkund.com
Mensaje Tesis Tanya Zaruma [Mostrar el mensaje completo](#)
7% de estas 35 páginas, se componen de texto presente en 3 fuentes.



Ing. Charles Viscarra
C.I 0201572963



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTION EMPRESARIAL E INFORMATICA
CARRERA DE MERCADOTECNIA

Guaranda, 24 de marzo del 2023

CERTIFICADO

A petición de la parte interesada:

Que, la estudiante Tanya Margarita Zaruma Zaruma con C.I 0202371910; presento su proyecto de investigación titulado: "Estudio de mercado para la sostenibilidad de potenciales emprendimientos de la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, año 2023" para el respectivo análisis URKUND, el mismo que refleja un **7%** de plagio que se considera pertinente dentro de los parámetros establecidos en el reglamento de titulación de la Facultad.

Atentamente

Ing. Charles Viscarra
Director del Proyecto de Investigación