



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE POSGRADO

MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA

Proyecto de Investigación previo a la
obtención del Grado Académico de
Magíster en Gestión Pública

TEMA:

“EMPRENDIMIENTOS URBANOS Y SU IMPACTO EN EL
DESARROLLO ECONÓMICO DE LA PARROQUIA 7 DE OCTUBRE.
CANTÓN QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2023”

AUTORA:

ECON. EVELYN GABRIELA MENA JUEZ

DIRECTORA:

ING. ELSYE TERESA COBO LITARDO, MBA.

QUEVEDO – ECUADOR

2023

CERTIFICACIÓN

La suscrita, **Ing. Elsy Teresa Cobo Litardo, Mba.**, en calidad de Directora del Proyecto de Investigación previo a la obtención del Grado Académico de Magíster en Gestión Pública.

CERTIFICA:

Que la **Econ. Evelyn Gabriela Mena Juez**, ha cumplido con la elaboración del Proyecto de Investigación titulado: **“EMPRENDIMIENTOS URBANOS Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LA PARROQUIA 7 DE OCTUBRE. CANTÓN QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2023”**, el mismo que se encuentra apto para la presentación y sustentación respectiva.

Quevedo, 05 de diciembre del 2023

Ing. Elsy Teresa Cobo Litardo, Mba.
Directora del Proyecto de Investigación

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **Econ. Evelyn Gabriela Mena Juez**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la Normativa Institucional vigente.

Atentamente;

Econ. Evelyn Gabriela Mena Juez
Autora

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a Jehová Dios, cuya guía y fortaleza han iluminado mi camino durante la realización de esta investigación.

A mis padres por su amor incondicional, apoyo constante y valores que han sido el pilar de mi formación.

Extendiendo mi gratitud a mis queridos abuelitos y suegros, cuya presencia y aliento han sido un sostén invaluable en cada paso de este proceso. Agradezco también a los demás familiares que han brindado su respaldo y estímulo.

Mis compañeros de clases merecen un reconocimiento especial por su colaboración, amistad y el intercambio de conocimientos que ha enriquecido mi experiencia académica.

Agradezco a mi tutora, la Ing. Elsy Cobo Litardo, MBA, por su orientación experta, paciencia y contribución esencial en el desarrollo de esta investigación.

Finalmente, mi agradecimiento se extiende a todos los docentes del programa de Maestría en Gestión Pública de la UTEQ, cuya dedicación y enseñanzas han dejado una huella significativa en mi formación profesional.

Econ. Evelyn Gabriela Mena Juez

DEDICATORIA

Con profundo amor y gratitud, dedico este logro a Jehová Dios, quien ha sido mi guía constante, iluminando mi camino y otorgándome fuerza en cada paso de esta travesía.

A mis queridos padres, cuyo amor, apoyo y sacrificios han sido la fuente de mi inspiración y fortaleza. A mis adorados abuelitos y suegros, cuya presencia y aliento han sido un regalo invaluable que ha marcado mi camino.

A mi amado esposo, a pesar de su partida (+), su amor y apoyo incondicional siguen siendo mi mayor motivación y fuente de coraje. A mis hijos, quienes son mi razón de ser, dedicándoles este logro con la esperanza de inspirarlos a perseguir sus propios sueños con valentía y dedicación.

Econ. Evelyn Gabriela Mena Juez

PRÓLOGO

En esta investigación, se aborda la complejidad de los emprendimientos urbanos en la parroquia 7 de Octubre, perteneciente al cantón Quevedo, provincia de Los Ríos. El objetivo principal ha sido evaluar su impacto en el desarrollo económico del cantón. Desde el inicio, el objetivo general ha guiado cada fase del proceso, desde la meticulosa extracción de una muestra significativa hasta la aplicación de un cuestionario estructurado diseñado en concordancia con los objetivos planteados.

El análisis detallado revela la diversidad de sectores económicos, tamaños y antigüedad de operaciones, origen y motivaciones para la creación de negocios en la parroquia. Este diagnóstico exhaustivo proporciona una imagen clara y multifacética de la situación actual de los emprendimientos. Se identifican factores impulsores, como la predominancia de microempresas, y limitantes, como la escasez de empleo y niveles de inseguridad, brindando una comprensión integral de los impulsores y obstáculos para el crecimiento empresarial.

A pesar de desafíos como barreras regulatorias e inestabilidad política, los emprendimientos urbanos emergen como fuerza dinámica y significativa en el desarrollo económico local. Su capacidad para integrar tecnología, mantener relaciones sólidas con proveedores y priorizar la satisfacción del cliente demuestra resiliencia frente a los obstáculos identificados. La adaptabilidad a cambios del entorno y del mercado sugiere un potencial significativo para el crecimiento sostenible.

El estudio no solo desentraña la realidad presente, sino que proyecta luces sobre el futuro de los emprendimientos urbanos en la parroquia 7 de Octubre. Las recomendaciones derivadas de los hallazgos ofrecen una guía valiosa para aquellos interesados en fomentar el desarrollo económico local, destacando la importancia de abordar la escasez de empleo y la inseguridad, e impulsar medidas que beneficien el crecimiento de estos microempresarios, verdaderos motores de la economía local.

Eco. Karla Estefania Suarez Mena, Mba.

RESUMEN

Los emprendimientos desempeñan un papel crucial en la dinámica económica, impulsando la innovación y el crecimiento en diversas comunidades. En particular, en la parroquia 7 de Octubre, se ha observado un significativo incremento de emprendimientos en los últimos años, marcando un cambio notable en el panorama económico local. Con base a esto, la investigación tuvo como objetivo evaluar el impacto de los emprendimientos urbanos en la parroquia 7 de Octubre sobre el desarrollo económico del cantón Quevedo, provincia de Los Ríos. Para tal efecto, con base a datos proporcionados por el Servicio de Rentas Internas (SRI), se extrajo una muestra significativa de 319 emprendedores legalmente constituidos, a quienes se aplicó una encuesta con preguntas cerradas enfocadas en el alcance de los objetivos del estudio. Los resultados obtenidos, ponen en evidencia que, la mayoría de los negocios son microempresas en el sector comercial, enfrentando desafíos en la gestión financiera y relaciones comerciales. Aunque los emprendedores tienen claros objetivos, la ausencia de planes de negocios y dificultades financieras representan desafíos. La prevalencia de propietarios con educación secundaria destaca una brecha educativa, y la inseguridad y barreras regulatorias impactan negativamente en el desempeño empresarial. A pesar de la alta participación femenina, persiste una brecha de género. El estudio sobre el impacto económico revela que los emprendimientos son fundamentales para la generación de empleo y actividad económica, impulsados por la necesidad y la tecnología. Sin embargo, el análisis estadístico no encontró relaciones significativas entre la educación de los emprendedores y el rendimiento empresarial.

Palabras clave: Innovación, microempresas, negocios, posicionamiento.

ABSTRACT

Startups play a crucial role in economic dynamics, driving innovation and growth in diverse communities. In particular, in the 7 de Octubre parish, a significant increase in entrepreneurship has been observed in recent years, marking a notable change in the local economic panorama. Based on this, the research aimed to evaluate the impact of urban enterprises in the 7 de Octubre parish on the economic development of the Quevedo canton, province of Los Ríos. For this purpose, based on data provided by the Internal Revenue Service (SRI), a significant sample of 319 legally constituted entrepreneurs was drawn, to whom a survey with closed questions focused on the scope of the study objectives was applied. The results obtained show that the majority of businesses are microenterprises in the commercial sector, facing challenges in financial management and commercial relationships. Although entrepreneurs have clear objectives, the lack of business plans and financial difficulties represent challenges. The prevalence of owners with secondary education highlights an educational gap, and insecurity and regulatory barriers negatively impact business performance. Despite high female participation, a gender gap persists. The study on the economic impact reveals that entrepreneurship is fundamental for the generation of employment and economic activity, driven by necessity and technology. However, the statistical analysis did not find significant relationships between entrepreneurs' education and business performance.

Keywords: Innovation, microenterprises, business, positioning.

ÍNDICE GENERAL

Portada	i
Certificación del Director del Proyecto de Investigación	ii
Declaración de autoría y cesión de derechos.....	iii
Agradecimientos	iv
Dedicatoria	v
Prólogo	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
Índice general	ix
Índice de tablas	xiv
Índice de anexos	xvi
INTRODUCCIÓN	xvii
CAPÍTULO I. MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. Ubicación y contextualización de la problemática	2
1.2. Situación actual de la problemática	2
1.3. Problema de investigación	3
1.3.1. Problema general	3
1.3.2. Problemas derivados	4
1.4. Delimitación del problema	4
1.5. Objetivos	4
1.5.1. Objetivo general.....	4
1.5.2. Objetivos específicos	4
1.6. Justificación.....	5
CAPÍTULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN	6
2.1. Fundamentación conceptual	7

2.1.1.	Innovación	7
2.1.2.	Emprendedor	8
2.1.3.	Emprendimiento urbano	8
2.1.4.	Impacto socioeconómico	9
2.1.5.	Emprendimiento familiar	9
2.1.6.	Emprendimiento estratégico	9
2.1.7.	Empresas familiares	10
2.1.8.	Economía Popular y Solidaria	10
2.1.9.	Gestión pública	10
2.1.10.	Administración Pública	11
2.1.11.	Estrategia	12
2.1.12.	Empresa	13
2.1.13.	Mercado.....	13
2.1.14.	Capacidad emprendedora	14
2.1.15.	Formación para el emprendimiento	15
2.1.16.	Financiamiento	15
2.1.17.	Desarrollo económico	16
2.2.	Fundamentación teórica	16
2.2.1.	Marketing en los emprendimientos.....	16
2.2.2.	Ventajas de los emprendimientos	17
2.2.3.	Importancia de los emprendimientos	18
2.2.4.	Ciclos del emprendimiento.....	18
2.2.5.	Principios del emprendimiento	20
2.2.6.	Objetivos del emprendimiento.....	21
2.2.7.	Características del emprendimiento	22
2.2.8.	Factores determinantes en el camino hacia el emprendimiento	23
2.2.8.1.	Financiamiento.....	23

2.2.8.2.	Marco regulatorio	24
2.2.8.3.	Servicios de apoyo y capacitación empresarial	25
2.2.8.4.	Innovación y tecnología	26
2.2.8.5.	Mercado y demandas del consumidor	27
2.2.8.6.	Networking y relaciones interpersonales.....	27
2.2.8.7.	Clima empresarial y cultural.....	28
2.2.8.8.	Habilidades empresariales y resiliencia.....	28
2.2.8.9.	Marketing y estrategia de ventas.....	29
2.2.9.	Tipos de emprendimiento	30
2.2.10.	La idea de negocio	32
2.2.11.	Iniciando el camino del emprendedor	32
2.2.12.	Emprendimiento social y comunidad.....	32
2.2.13.	Innovación y Emprendimiento	33
2.2.14.	Emprendimiento Covid y post Covid en el Ecuador	33
2.2.15.	Nuevos modelos de negocios: Emprendimiento en la era de la tecnología	33
2.2.16.	Emprendimiento: La oportunidad de negocio	34
2.2.17.	Empresas familiares, trabajadores a domicilio y empresas basadas en el domicilio.....	34
2.2.18.	Monitor de emprendimiento global	34
2.2.19.	Actividad Emprendedora Temprana (AET)	35
2.2.20.	Importancia del desarrollo económico	36
2.2.20.1.	Funciones del desarrollo económico	37
2.2.20.2.	Factores determinantes del desarrollo económico	38
2.2.20.3.	Principios del desarrollo económico	39
2.3.	Fundamentación legal	41
2.3.1.	Constitución de la República del Ecuador (2008)	41
2.3.2.	Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (2011)	42

2.3.3.	Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (2010).	44
2.3.4.	Ordenanzas Municipales. Cantón Quevedo (2013)	45
2.3.5.	Ley de emprendimiento e innovación	45
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		47
3.1.	Tipo de investigación	48
3.1.1.	Investigación exploratoria	48
3.1.2.	Investigación descriptiva	48
3.2.	Métodos de investigación	48
3.2.1.	Método inductivo	48
3.2.2.	Método Deductivo	48
3.2.3.	Método Analítico	49
3.2.4.	Método Sintético	49
3.3.	Construcción metodológica del objeto de investigación	49
3.3.1.	Población y muestra	50
3.3.2.	Técnicas de investigación	50
3.3.3.	Instrumentos de investigación	51
3.4.	Operacionalización de variables	52
3.5.	Elaboración del marco teórico	53
3.6.	Recolección de la información	53
3.7.	Procesamiento y análisis	54
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN		55
Resultados		56
4.1.	Situación actual de los emprendimientos urbanos en la parroquia 7 de Octubre	56
4.2.	Factores que impulsan o limitan el crecimiento de los emprendimientos urbanos de la parroquia 7 de Octubre	64

4.3.	Contribución de los emprendimientos urbanos en el desarrollo económico de la parroquia 7 de octubre.....	69
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		75
5.1.	Conclusiones.....	76
5.2.	Recomendaciones	77
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		79
ANEXOS		86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Principales factores determinantes en el camino del emprendimiento según varios autores.....	30
Tabla 2.	Operacionalización de las variables de estudio	52
Tabla 3.	Aspectos clave en la gestión y desempeño de los emprendimientos en la parroquia 7 de Octubre.....	57
Tabla 4.	Rol de la persona encarga de direccionar los emprendimientos	58
Tabla 5.	Género de los emprendedores encuestados.....	58
Tabla 6.	Rango de edad de los propietarios de emprendimientos.....	59
Tabla 7.	Estado civil de los propietarios de emprendimientos	60
Tabla 8.	Nivel de formación académica de los propietarios de emprendimientos	60
Tabla 9.	Sector económico en el que se desenvuelven los emprendimientos	61
Tabla 10.	Tamaño de los emprendimientos.....	61
Tabla 11.	Origen de los emprendimientos.....	62
Tabla 12.	Ocurrencia de incremento de las ventas desde los inicios de los emprendimientos	62
Tabla 13.	Consideración de la existencia de suficientes oportunidades de crecimiento y desarrollo para emprendimientos urbanos	63
Tabla 14.	Existencia de barreras regulatorias o trámites burocráticos que dificultan el desarrollo del negocio	64
Tabla 15.	Principales desafíos o dificultades al establecer y operar el negocio	65
Tabla 16.	Efecto de la inestabilidad política del país en el desempeño y crecimiento de los emprendimientos	66
Tabla 17.	Consideración en que los impuestos en el país afectan el desempeño y supervivencia de los negocios	66
Tabla 18.	Consideración en que el crecimiento económico del cantón Quevedo ha influenciado en la demanda de productos/servicios de los emprendimientos...	67
Tabla 19.	Efecto de la inseguridad en el desempeño y crecimiento de los emprendimientos	67
Tabla 20.	Incorporación de tecnología para un mejor desempeño de los emprendimientos	68

Tabla 21.	Incorporación de tecnología para un mejor desempeño de los emprendimientos	69
Tabla 22.	Número de personas que laboran en los emprendimientos	70
Tabla 23.	Motivos para la creación de los emprendimientos	70
Tabla 24.	Sector económico en el que se desenvuelven los emprendimientos	71
Tabla 25.	Nivel de significancia entre la variable nivel de estudios y años de vigencia del emprendimiento en el mercado.	71
Tabla 26.	Nivel de significancia entre las variables nivel de estudios y ventas	72
Tabla 27.	Nivel de significancia entre la variable motivaciones para la creación del negocio y tamaño del negocio.	73

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1.	Reporte de similitud y/o plagio académico (Urkund).....	86
Anexo 2.	Modelo de la encuesta aplicada para la recolección de los datos.....	87
Anexo 3.	Proceso de aplicación de las encuestas para la recolección de información.....	93

INTRODUCCIÓN

Los emprendimientos a nivel mundial han experimentado un notable crecimiento en las últimas décadas, impulsados por la globalización, avances tecnológicos y un cambio cultural hacia la valoración de la innovación y la autonomía laboral. Este fenómeno se manifiesta en la diversificación de sectores, desde startups tecnológicas hasta empresas sociales. Además, el acceso a financiamiento, la colaboración internacional y la adopción de modelos de negocios flexibles han fomentado un ecosistema emprendedor más dinámico y resiliente. Sin embargo, persisten desafíos como la competencia intensa, la sostenibilidad y la adaptación a cambios económicos y sociales, destacando la necesidad de políticas y apoyos que fomenten un desarrollo equitativo y sostenible en el panorama emprendedor global.

En Ecuador, la pandemia por COVID-19 ha generado un impulso significativo en la creación de emprendimientos, evidenciando una tendencia al aumento a lo largo de los años. La escasez de empleo en empresas tradicionales ha llevado a un mayor interés en la iniciativa emprendedora como alternativa laboral. En la provincia de Los Ríos, a pesar de su predominante base agrícola, se ha observado un incremento en la diversificación de emprendimientos en diversos sectores económicos. La población local ha optado por iniciar negocios que ofrecen tanto productos como servicios, destacando la resiliencia y adaptabilidad de los emprendedores ante las circunstancias cambiantes del entorno económico.

Los emprendimientos urbanos se han convertido en una fuerza dinámica y transformadora que impulsa el desarrollo económico de diversas regiones. En particular, la parroquia 7 de Octubre, ubicada en el cantón Quevedo de la provincia de Los Ríos, no es ajena a esta tendencia. El emprendimiento urbano ha emergido como una poderosa herramienta para generar crecimiento económico sostenible y mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

La parroquia 7 de Octubre, con su ubicación estratégica y su potencial urbano, se ha convertido en un escenario propicio para la implementación de emprendimientos innovadores y creativos. El presente trabajo tiene como objetivo evaluar el impacto de los

emprendimientos urbanos en el desarrollo económico, destacando las oportunidades que se han generado y los desafíos que se han superado.

Al promover el emprendimiento urbano, se fomenta la creación de nuevos negocios y se impulsa la inversión en sectores clave como el turismo, la tecnología, la sostenibilidad y el desarrollo inmobiliario. Estas iniciativas no solo generan empleo local, sino que también atraen a inversionistas y visitantes, promoviendo un círculo virtuoso de desarrollo económico.

Sin embargo, se enfrentan a desafíos como la infraestructura limitada, la regulación gubernamental y la necesidad de fortalecer las capacidades emprendedoras de la comunidad. Es fundamental abordar estos desafíos para maximizar el impacto positivo de los emprendimientos urbanos en el desarrollo económico. El presente trabajo busca destacar el papel transformador de los emprendimientos urbanos en la parroquia 7 de Octubre y cómo han contribuido al desarrollo económico.

La investigación se organiza a través de una estructura de capítulos detallada de la siguiente forma:

En el Capítulo I, se aborda el contexto de la investigación, centrándose en la ubicación y contextualización de la problemática relacionada con los emprendimientos artesanales en el cantón Quevedo. Se formulan tanto el problema general como los específicos, explorando las dificultades derivadas de la investigación. Además, se delimita la problemática, se establecen los objetivos generales y específicos, y se ofrece una justificación que respalda la relevancia de la indagación.

En el Capítulo II, se refleja el marco teórico de la investigación, proporcionando la fundamentación conceptual, teórica y legal necesaria para respaldar la exploración de la influencia de la innovación tecnológica en los emprendimientos artesanales de Quevedo durante el año 2022. Se abordan conceptos clave, teorías relevantes y marcos legales que contextualizan y respaldan la investigación.

El Capítulo III expone la metodología de la investigación, detallando los tipos de investigación, los métodos utilizados, la construcción metodológica del objeto de investigación, la población y muestra seleccionada, las técnicas e instrumentos de

investigación, así como el proceso de recolección, procesamiento y análisis de las variables de estudio. También se aborda la elaboración del marco teórico que sustenta la metodología aplicada.

En el Capítulo IV, se encuentra el marco administrativo de la investigación, que incluye el cronograma de actividades y el presupuesto destinado para llevar a cabo el estudio sobre la influencia de la innovación tecnológica en los emprendimientos artesanales del cantón Quevedo durante el año 2022.

Las conclusiones y recomendaciones derivadas de la investigación realizada se presentan en el capítulo V, misma que revelan los hallazgos más importantes identificados en el estudio, alineados a los objetivos delimitados.

La sección final comprende la bibliografía utilizada como referencia en el desarrollo de la investigación y los anexos que complementan y respaldan los hallazgos obtenidos durante el proceso de estudio. Estos anexos incluyen documentos adicionales, datos relevantes y material de apoyo para enriquecer la comprensión y validez de los resultados obtenidos.

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

No es difícil tener éxito. Lo difícil es merecerlo.

Albert Camus

1.1. Ubicación y contextualización de la problemática

La parroquia 7 de Octubre se localiza en el cantón Quevedo, provincia de Los Ríos, Ecuador. Esta área urbana en constante desarrollo económico se sitúa al noroeste de la ciudad de Quevedo y limita con otras parroquias. Fundada en 2003, la parroquia se destaca por su carácter comercial y su población trabajadora. Este sector, ha sido testigo de un aumento notorio en la proliferación de emprendimientos urbanos en los últimos años. Este fenómeno, aparentemente positivo, plantea interrogantes significativas que requieren una investigación detallada. En primer lugar, no se dispone de un diagnóstico preciso que describa la situación actual de estos emprendimientos urbanos, sus características, alcances y desafíos en la parroquia 7 de Octubre.

Asimismo, existe una falta de comprensión sobre los factores que juegan un papel determinante en el estímulo o limitación del crecimiento de estos emprendimientos en el contexto urbano de la parroquia. Identificar estos factores es crucial para formular estrategias efectivas que impulsen el desarrollo sostenible de los negocios locales.

Por último, y quizás lo más crucial, se desconoce el impacto real de estos emprendimientos en el desarrollo económico de la parroquia 7 de Octubre y, por extensión, en el cantón Quevedo. La ausencia de este conocimiento es una barrera para el diseño de políticas y acciones concretas que aprovechen y promuevan el potencial económico de estos emprendimientos urbanos.

Ante este panorama, la presente investigación se propone abordar estas lagunas de conocimiento con el objetivo de proporcionar una comprensión más profunda y holística de los emprendimientos urbanos en la parroquia 7 de Octubre y su impacto en el desarrollo económico local, contribuyendo así a la toma de decisiones informadas y al fomento de condiciones propicias para el crecimiento empresarial en la región.

1.2. Situación actual de la problemática

En la actualidad, la concreción de proyectos emprendedores enfrenta significativos obstáculos, principalmente derivados del desconocimiento sobre cómo emprender y la carencia de financiamiento adecuado. Estos desafíos a menudo impiden que las ideas de

emprendimiento se materialicen completamente. Por tanto, es esencial promover la capacitación y fomentar una cultura de análisis y orientación para asistir a los emprendedores en la realización de sus proyectos y en la mejora continua de aquellos que ya están en marcha.

El propósito fundamental de la presente investigación es abordar este desafío, centrándose en la concreción de proyectos y la innovación en iniciativas ya establecidas, las cuales desempeñan un papel crucial en beneficio de la comunidad. La materialización de estos proyectos no solo contribuirá a cambios significativos en la sociedad, sino que también mejorará las condiciones económicas de la comunidad en general. La generación de fuentes de ingresos sostenibles, la prestación de servicios de alta calidad a las familias y la canalización de recursos económicos en el sector no solo mejorarán la atraktividad para los visitantes, sino que también abrirán oportunidades para las nuevas generaciones, brindándoles una alternativa valiosa en el caso de no encontrar empleo.

Sin embargo, se identifican varios factores negativos que impactan adversamente en el proceso emprendedor, tales como la inseguridad, el limitado acceso a financiamiento y la escasa innovación. Estos aspectos pueden comprometer el éxito y la sostenibilidad de los emprendimientos urbanos, lo que subraya la importancia de una regulación adecuada. Si estos proyectos no son supervisados de manera efectiva, existe el riesgo de generar desequilibrios económicos y sociales que afecten negativamente a la comunidad en su conjunto.

En este contexto, es fundamental evaluar el impacto de los emprendimientos urbanos en la parroquia 7 de Octubre en el desarrollo económico local. Una investigación metódica puede proporcionar información esencial para comprender mejor esta situación y proponer soluciones novedosas y sostenibles que aborden estos desafíos de manera efectiva.

1.3. Problema de investigación

1.3.1. Problema general

¿Cuál es el impacto de los emprendimientos urbanos en el desarrollo económico de la parroquia 7 de Octubre del cantón Quevedo, provincia de Los Ríos, año 2023?

1.3.2. Problemas derivados

¿Cuál es la situación actual de los emprendimientos urbanos en la parroquia 7 de Octubre?

¿Cuáles son los factores que impulsan o limitan el crecimiento de los emprendimientos urbanos de la parroquia 7 de Octubre?

¿Cuál es la contribución de los emprendimientos urbanos de la parroquia 7 de Octubre en su desarrollo económico?

1.4. Delimitación del problema

Campo: Administración Pública

Área: Emprendimiento

Línea: Administración, comercio, economía, finanzas y turismo

Lugar: Quevedo

Tiempo: Periodo 2023

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Evaluar el impacto de los emprendimientos urbanos de la parroquia 7 de Octubre en el desarrollo económico del cantón Quevedo, provincia de Los Ríos.

1.5.2. Objetivos específicos

Diagnosticar la situación actual de los emprendimientos urbanos en la parroquia 7 de Octubre.

Identificar los factores que impulsan o limitan el crecimiento de los emprendimientos urbanos de la parroquia 7 de Octubre.

Determinar la contribución de los emprendimientos urbanos de la parroquia 7 de Octubre en su desarrollo económico.

1.6. Justificación

La realización de esta investigación sobre los emprendimientos urbanos en la parroquia 7 de Octubre, cantón Quevedo, provincia de Los Ríos, se fundamenta en su trascendental importancia para diversos ámbitos, justificada por las siguientes razones. En primer lugar, el análisis de los emprendimientos urbanos en la parroquia 7 de Octubre es crucial para entender la dinámica económica local y su impacto en el desarrollo del cantón Quevedo. Estos emprendimientos no solo reflejan la vitalidad económica de la zona, sino que también pueden ser indicadores clave de la capacidad de la comunidad para generar empleo, ingresos y mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

La investigación beneficiará directamente a los habitantes de la parroquia 7 de Octubre, especialmente a los emprendedores locales, al proporcionarles información valiosa sobre las condiciones actuales de sus negocios y los posibles factores que influyen en su crecimiento. Además, las autoridades locales y los responsables de la toma de decisiones podrán utilizar los resultados para diseñar políticas más efectivas que respalden y promuevan el desarrollo sostenible de estos emprendimientos.

En cuanto a la contribución al desarrollo económico de los emprendimientos, la investigación será significativa al identificar los obstáculos que puedan estar limitando su crecimiento y proponer soluciones prácticas. Asimismo, al comprender el impacto de estos emprendimientos en la economía local, se podrán diseñar estrategias para fortalecer y diversificar aún más el tejido empresarial, fomentando la innovación y la competitividad.

Además, la investigación proporcionará datos valiosos para la planificación estratégica a nivel local, regional y posiblemente nacional, al ofrecer una visión detallada de cómo los emprendimientos urbanos pueden ser motores fundamentales para el desarrollo económico en áreas específicas.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

La confianza en sí mismo es el primer secreto del éxito.

Ralph Waldo Emerson

2.1. Fundamentación conceptual

2.1.1. Innovación

Desde la posición de los autores Vargas & Uttermann (2020), el emprendimiento:

Es el proceso de explotar oportunidades no vistas para crear nuevos procesos o productos, es fundamental para el crecimiento y desarrollo de cualquier economía contemporánea y se considera un motor de crecimiento económico, así como un impulsor de la descentralización y la reestructuración económicas” El emprendimiento también se puede definir como la capacidad de una persona para gestionar y organizar diversos factores de producción, innovar, asumir riesgos y hacer frente a circunstancias imprevistas (p. 712).

León (2020) sostiene que el emprendimiento:

Es en una fuente de esperanza para los gobiernos, quienes buscan motivar e incentivar la actividad empresarial a través de modelos asociativos y de economía social, así como mediante la implementación de diversos programas y planes. El emprendimiento no solo conlleva la generación de empleo e ingresos, sino también fomenta la conocida innovación que surge de la colaboración entre el Estado, la comunidad y las empresas. Estas percepciones buscan promover una cultura emprendedora que fomente el desarrollo de competencias con responsabilidad social, contribuyendo así a la nueva economía popular y solidaria (p. 113).

A criterio de Palomeque & Ruíz (2018) el emprendimiento:

Se define como la iniciativa individual en la cual una persona asume un riesgo económico o invierte recursos con el propósito de aprovechar una oportunidad ofrecida por el mercado. Este término ha adquirido una amplia utilización a nivel mundial y se refiere a una actividad que ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad. Sin embargo, en las últimas décadas, el emprendimiento ha cobrado

una importancia creciente debido a la necesidad imperante de superar los desafíos económicos persistentes (p. 88).

2.1.2. Emprendedor

Desde el punto de vista de Pérez-Paredes (2020), el emprendedor:

Es una persona con habilidades excepcionales para crear y construir algo valioso a partir de recursos limitados o incluso escasos, que está dispuesto a asumir riesgos calculados y luego emplea todos los esfuerzos posibles para evitar errores y fracasos. Además, esta persona tiene la capacidad única de detectar oportunidades en situaciones confusas, en contraste con aquellos que solo ven desorden (p. 5).

Según describe Ávila-Angulo (2021):

Un emprendedor es una persona que inicia y opera un nuevo negocio, asumiendo ciertos riesgos financieros y organizativos en el proceso. Los emprendedores suelen tener características como la creatividad, la iniciativa, la capacidad de asumir riesgos, la perseverancia y la habilidad para tomar decisiones efectivas en entornos empresariales dinámicos (p. 37).

2.1.3. Emprendimiento urbano

De acuerdo con Querejazu-Vidovic (2020), el emprendimiento urbano:

Se refiere a un tipo de actividad empresarial llevada a cabo en áreas urbanas o urbanizadas, con el propósito de crear empleo, promover el crecimiento económico y mejorar la calidad de vida de la población local. Los emprendedores urbanos pueden trabajar en una variedad de industrias que incluyen tecnología, servicios, negocios, turismo. Además, el emprendimiento urbano puede ayudar a abordar desafíos urbanos como la pobreza, la exclusión social y la sostenibilidad ambiental (p. 73).

El emprendimiento urbano, de acuerdo a Rodríguez & Rehner (2021):

Se refiere a la actividad emprendedora que tiene lugar en contextos urbanos o entornos urbanos. Este tipo de emprendimiento se centra en la creación y desarrollo de iniciativas empresariales que abordan desafíos y oportunidades específicas presentes en entornos urbanos. El emprendimiento urbano puede adoptar diversas formas y estar relacionado con una amplia gama de sectores (p. 96).

2.1.4. Impacto socioeconómico

El impacto económico hace referencia a las repercusiones que una medida, acción o anuncio tiene sobre la economía. Cuando algo tiene un impacto económico, implica que genera consecuencias en la situación financiera de individuos, comunidades, regiones, países o incluso a nivel mundial (Cedeño & Sánchez, 2021, p. 16).

2.1.5. Emprendimiento familiar

El término emprendimiento familiar según Camino & Bermúdez (2018) “se asocia a un negocio pequeño establecido en un determinado lugar del sector económico de un país y que ha sido concebido por una generación familiar con los años” (p. 23).

“El emprendimiento familiar un tipo de negocio en el que las unidades familiares inician y administran un negocio de manera conjunta. Puede ser una buena opción para las familias que desean trabajar juntas hacia un objetivo común y, a menudo, ofrece ventajas únicas que otras empresas pueden no ofrecer” (Arista & De la Garza, 2020, p. 51).

2.1.6. Emprendimiento estratégico

Desde el punto de vista de los autores Valencia, Gutiérrez, & Montoya (2017) emprendimiento estratégico: “Es un proceso social dependiente del contexto en el que los individuos crean riqueza identificando oportunidades de mercado y creando un conjunto único de recursos que les permite explotarlos, lo que sugiere que dos funciones empresariales fundamentales son el acceso a los recursos y saber cómo usarlos creativamente”

2.1.7. Empresas familiares

Aguilar & Briozzo (2020), manifiestan que:

Las empresas familiares son organizaciones establecidas y dirigidas exclusivamente por una familia. Estas empresas se distinguen por tener su propiedad y gobierno controlados por los miembros de dicha familia. Su objetivo estratégico es asegurar la continuidad de la empresa en las generaciones futuras, así como garantizar una rentabilidad adecuada para cubrir las necesidades de sus miembros (p. 6).

Para los autores Maldonado, Duarte, Cabrera, & Jiménez (2020) “las empresas familiares están constituidas en medianas y grandes empresas constituyen la base de la economía mundial, aportando de manera positiva en la calidad de vida de la población, generando fuentes de trabajo y contribuyendo significativamente al producto interno bruto de un país” (p. 566).

2.1.8. Economía Popular y Solidaria

De acuerdo con Valle, Alejandro, & Fuentes (2016):

La economía social engendra una visión más enfocada en las comunidades, conocida como Economía Popular, que se describe como "el conjunto de actividades económicas y prácticas sociales llevadas a cabo por los sectores populares con el fin de satisfacer necesidades fundamentales, tanto tangibles como intangibles, utilizando su propio esfuerzo laboral y los recursos disponibles" (p. 69).

2.1.9. Gestión pública

“Es la implementación de políticas públicas, asignando personas y recursos financieros a través de organizaciones y programas, de manera de agregar valor a la sociedad cumpliendo a la vez a los marcos jurídicos normativos de la nación” (Waissbluth, 2021, p. 31).

En esta misma línea de pensamiento, Adrianzén-Guerrero et al. (2022), señala que:

La gestión pública puede definirse como la disciplina encargada de administrar de manera eficiente los recursos de una nación a través de sus entidades públicas. Su relevancia radica en que el desarrollo del país, las interacciones entre los ciudadanos y el Gobierno Nacional, así como entre este último y el sector privado, dependen en gran medida de la eficiencia en la gestión de dichos recursos (p. 5650).

2.1.10. Administración Pública

De acuerdo con Pont-Vidal (2019), la administración pública:

Es una ciencia social que se enfoca en la actividad del órgano ejecutivo cuando se trata de prestar servicios públicos en beneficio de la comunidad. El objetivo es realizar esta tarea de manera racional, para que los medios e instrumentos utilizados sean los adecuados y se obtenga el mejor resultado posible gracias al esfuerzo conjunto realizado (p. 79).

Valle (2020) define a la administración pública:

Como un servicio destinado a la colectividad, regido por una serie de principios como eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación. Esta definición se encuentra estrechamente relacionada con el derecho administrativo, el cual regula el correcto funcionamiento del servicio público de acuerdo con los principios mencionados. Es relevante destacar que los principios enumerados en la Constitución ecuatoriana son innovadores y específicos, ya que se enfocan más en el resultado obtenido por los administrados y en la finalidad del servicio, en contraste con un enfoque exclusivo en los procesos organizacionales o de control que se centran únicamente en la entidad orgánica de la administración (p. 124).

Zavaleta-Cabrera (2023), sostiene que la administración pública:

Se refiere al conjunto de entidades del sector público que tienen la responsabilidad de administrar y gestionar organismos, instituciones y entidades estatales. Su función primordial es establecer y promover una estrecha relación entre el poder político o

gobierno y la población. Los componentes fundamentales de la administración pública incluyen las instituciones públicas y los funcionarios que las integran (p. 77).

A criterio de Araque, Rivera, & Argüello (2021):

La administración de las políticas públicas dirigidas específicamente al fortalecimiento del emprendimiento es de gran relevancia. Es crucial destacar que los emprendedores desempeñan un papel fundamental en el desarrollo socioeconómico de las naciones, ya que realizan contribuciones significativas a la innovación, la inversión, la producción y el empleo a nivel nacional. Su capacidad de adaptación e innovación en un contexto de creación y cierre de empresas resulta fundamental en este proceso (p. 11).

2.1.11. Estrategia

De acuerdo con Peñafiel-Nivela *et al.* (2020), la estrategia:

Se puede definir como el conjunto de decisiones y acciones que los empresarios implementan para alcanzar objetivos comerciales específicos previamente planificados. En esencia, la estrategia abarca una serie de movimientos y acciones competitivas que tienen como objetivo atraer clientes, competir de manera exitosa, mejorar el rendimiento y alcanzar las metas de la organización. Describe la forma en que los negocios deben llevarse a cabo de manera satisfactoria para lograr los resultados deseados (p. 78).

Para Niebles-Nuñez *et al.* (2022):

Una estrategia se refiere a la combinación de decisiones y acciones emprendidas por una empresa para alcanzar sus objetivos comerciales y asegurar una posición competitiva en el mercado. Es fundamental para el funcionamiento de la empresa, ya que actúa como una guía que dirige hacia los resultados deseados. Cualquier desviación en esta dirección puede llevar a la empresa a perderse entre sus competidores. La estrategia forma parte integral del plan de negocio, el cual, a su

vez, es parte esencial de la estructura conceptual más amplia conocida como modelo de negocio (p. 148).

2.1.12. Empresa

García, Tumbajulca, & Cruz (2021), sostiene que una empresa:

Es una entidad organizada cuyo propósito es satisfacer ciertas necesidades en un sector específico y obtener beneficios a partir de ello. El surgimiento de una compañía ocurre cuando se materializa la solución a una necesidad a través de un concepto previamente planificado. La naturaleza de un negocio empresarial está determinada por el objetivo establecido, el cual suele ser estudiado antes de formalizar el emprendimiento. Sin embargo, los objetivos de un proyecto pueden cambiar a medida que se estudia y se profundiza en el mercado, ya que pueden surgir novedades que propongan cambios significativos en el curso del desarrollo (p. 103).

De acuerdo a López & Garza (2020):

Una empresa es una entidad conformada por un conjunto de recursos financieros y empleados que se dedican a ofrecer productos y servicios a los consumidores con el fin de obtener beneficios económicos. Por lo general, la creación de una empresa surge como respuesta a la necesidad de satisfacer un servicio o suplir una carencia en un entorno o sector específico de la población. Otro pilar fundamental de las empresas es fomentar el crecimiento y desarrollo interno, tanto de sus miembros como de la organización en sí, promoviendo valores humanos dentro de la empresa. Para establecer una empresa, el emprendedor o grupo de emprendedores se encargan de reunir los recursos económicos y logísticos necesarios para enfrentar el desafío empresarial (p. 7).

2.1.13. Mercado

A criterio de Soledispa, Morán, & Peña (2021), el mercado:

Es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos, que llegan a acuerdo entre el producto o servicio y el precio que se cobra por éste. El mercado, básicamente, funciona en virtud de la relación que exista entre la oferta y la demanda, es decir, el precio de los productos y servicios, está determinado por la oferta que los diversos proveedores realizan (p. 83).

De acuerdo con Ruíz & García (2021), el mercado:

Es un conjunto de transacciones y acuerdos de intercambio de bienes o servicios entre personas o empresas. Se trata de un acuerdo mutuo entre individuos e instituciones para llevar a cabo transacciones comerciales y satisfacer necesidades. El mercado se concibe como el entorno social que facilita las condiciones para que se produzcan intercambios satisfactorios. Este entorno social está formado por los oferentes y demandantes de bienes y servicios que buscan satisfacer sus necesidades. Podemos entender el mercado como el lugar físico o virtual donde convergen la oferta y la demanda, generando un proceso de transacción comercial que busca la satisfacción mutua de las necesidades (p. 71).

2.1.14. Capacidad emprendedora

Jordán-Aguirre et al. (2016), manifiestan que la capacidad emprendedora:

Es la habilidad de reconocer y aprovechar oportunidades, así como de planificar y controlar procesos creativos que aporten valor en términos culturales, sociales y económicos. Para desarrollar esta capacidad se requiere un conocimiento profundo de los contextos y las oportunidades, así como habilidades para la planificación, gestión y toma de decisiones éticas. Incluye habilidades relacionadas con la creatividad, como la imaginación, la reflexión crítica y la resolución de problemas. También implica habilidades de comunicación efectiva, la capacidad de movilizar recursos humanos y materiales, y la habilidad para enfrentar la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo (p. 241).

Por otra parte, Dávila-Morán *et al.* (2022), sostiene que la capacidad emprendedora:

Se refiere a la habilidad de una persona para convertir ideas en acciones concretas. Se manifiesta a través de la actitud, motivación y capacidad de un individuo para identificar oportunidades de negocio y generar nuevo valor en el mercado. Poseer capacidad emprendedora implica también la capacidad de planificar y gestionar un proyecto empresarial con el fin de alcanzar los objetivos establecidos (p. 72).

2.1.15. Formación para el emprendimiento

Desde el punto de vista de Sandoval & Bado (2022), la formación para el emprendimiento:

Se refiere a adquirir conocimientos y habilidades específicas necesarias para iniciar y gestionar un negocio de manera rentable. Esta capacitación está enfocada en el desarrollo de habilidades empresariales y personales que permitan al emprendedor convertir una idea de negocio en una empresa exitosa que genere empleo y fomente la creatividad y las habilidades interpersonales (p. 13).

De acuerdo con Feijó-Cuenca *et al.* (2020) la formación para el emprendimiento:

Es el currículo centrado en el desarrollo de competencias que abarcan valores, actitudes, habilidades y conocimientos. Es fundamental que en cada empresa exista alguien o un equipo encargado de organizar y coordinar las actividades de formación. Por lo tanto, el emprendedor debe poseer conocimientos en diversas áreas y utilizar este conocimiento como una herramienta para llevar a cabo sus actividades de manera efectiva y eficiente (p. 791).

2.1.16. Financiamiento

Según Ceballos-Mina (2022), el financiamiento:

“Se refiere al procedimiento mediante el cual una persona, empresa o incluso una nación obtiene recursos económicos que pueden ser utilizados para iniciar un nuevo proyecto o para expandir uno ya existente” (p. 46).

En el mismo sentido, Torres, Guerrero, & Paradas (2017) el financiamiento:

Es el proceso o conjunto de acciones mediante las cuales una persona, empresa o entidad obtiene los recursos económicos necesarios para llevar a cabo un proyecto o actividad específica. Estos recursos pueden provenir tanto de fuentes internas como externas y se utilizan para cubrir los costos asociados a inversiones, operaciones y crecimiento de la organización. El financiamiento puede obtenerse a través de diversas vías, como financiamiento propio, préstamos bancarios, emisión de acciones, inversionistas externos o programas de apoyo gubernamentales, entre otros. El objetivo principal del financiamiento es asegurar la disponibilidad de capital para respaldar las actividades empresariales y promover su desarrollo y crecimiento (p. 286).

2.1.17. Desarrollo económico

De acuerdo con Raza-Carrillo (2019), el desarrollo económico:

Es un proceso continuo que involucra dos niveles de objetivos. El primer nivel se basa en las condiciones estructurales de la economía, donde se establecen metas a largo plazo para el desarrollo económico y social. El segundo nivel se refiere a las diversas situaciones coyunturales que surgen a diario y requieren medidas correctivas, así como el logro de objetivos a corto plazo que faciliten la consecución de los objetivos a largo plazo en el primer nivel. Por lo tanto, la política económica debe abordar simultáneamente ambos niveles a través de acciones concretas y coherentes entre sí (p. 144).

2.2. Fundamentación teórica

2.2.1. Marketing en los emprendimientos

Desde el punto de vista de Salazar, Salguero, & García (2018):

El marketing digital se refiere a una estrategia empleada por las empresas para establecer su presencia en el ámbito online, incrementar las ventas y fortalecer el posicionamiento de la marca utilizando herramientas tecnológicas de vanguardia. El

propósito fundamental consiste en obtener respuestas rápidas en tiempo real y construir una comunidad virtual en la cual el usuario desempeñe un rol activo. Para lograrlo, se fomenta la interacción del usuario en la red mediante diversas plataformas digitales como Facebook, Twitter, foros, blogs, videos, sitios web y chats. Es de suma importancia escuchar atentamente a los internautas a fin de desarrollar una comunidad virtual sólida. Para alcanzar este objetivo, resulta fundamental realizar un análisis exhaustivo de todas las herramientas digitales disponibles y elegir aquellas que se ajusten de manera óptima a las necesidades particulares de la empresa (p. 526).

De acuerdo con Mackay & Escalante (2021):

El marketing se refiere a la utilización de estrategias y técnicas para establecer la posición de un producto o una marca en un mercado específico. Aunque la calidad del producto es un factor importante, las empresas deben emplear el marketing como una herramienta fundamental para hacer que el producto sea más atractivo para los clientes y, en consecuencia, incrementar las ventas. El posicionamiento en el mercado se refiere a la percepción que los clientes tienen del producto, donde las ofertas presentadas por la empresa se convierten en las primeras opciones seleccionadas en comparación con la competencia. En otras palabras, el objetivo del marketing es lograr que el producto o la marca sean percibidos de manera positiva por los clientes y se conviertan en la opción preferida dentro de su respectiva categoría (p. 146).

2.2.2. Ventajas de los emprendimientos

Álvarez, Barreto, & Granoble (2021), afirma que los emprendimientos experimentan un crecimiento al utilizar un enfoque dual que implica tanto ganar participación de mercado de los proveedores existentes como aumentar la demanda general de los productos ofrecidos en el mercado. Por lo tanto, el proceso de destrucción creativa se basa en esfuerzos dinámicos y deliberados para alterar las estructuras del mercado, lo que a su vez puede generar nuevas innovaciones y oportunidades rentables (p. 1650).

Según Zamora (2018), la capacidad emprendedora dentro de una sociedad, la educación, la apertura del mercado y las normas sociales y culturales son elementos que contribuyen a la generación de actividades productivas en un país. Por otro lado, se destaca que las regulaciones laborales, la burocracia y la corrupción son factores que dificultan el dinamismo del sector productivo (p. 6).

2.2.3. Importancia de los emprendimientos

Según Zamora (2018), impulsar la capacitación de emprendedores y la creación de nuevas empresas se considera una prioridad fundamental para estimular el progreso económico y social de los países. Por consiguiente, resulta crucial evaluar su contribución a dichos objetivos. El emprendimiento adquiere relevancia debido a sus impactos positivos en la generación de empleo y en el desarrollo económico. En las economías de América Latina, el emprendimiento se caracteriza como una faceta estructural, en parte como respuesta a los niveles elevados de desempleo en la región, lo cual convierte al autoempleo en una alternativa para obtener ingresos (p. 9).

2.2.4. Ciclos del emprendimiento

Areque (2021) sostiene que el ciclo del emprendimiento consta de diversas etapas secuenciales que conducen a convertir una idea de negocio en una empresa real. La mayoría de las organizaciones que promueven el espíritu emprendedor se centran en las primeras tres etapas: motivación, creatividad y planificación de la idea de negocio. Sin embargo, las últimas dos etapas, financiamiento y puesta en marcha, a menudo se descuidan, lo que puede generar frustración en los emprendedores en proceso de formación. En estos casos, los emprendedores se quedan solo con la ilusión de emprender, sin pasar a la acción. Esto resulta en un ciclo de emprendimiento incompleto, ya que se limita a la generación de ideas o como máximo a la planificación de la idea de negocio (p. 14).

A criterio de Areque (2021), los ciclos del emprendimiento son los siguientes:

Ciclo 1 motivación para emprendimiento: El primer paso crucial para el surgimiento de una nueva empresa es el nivel de motivación alcanzado por el emprendedor, es el momento en el que toma la decisión de embarcarse en su aventura empresarial. Sin esta motivación, es difícil que un proyecto de negocios nazca y se desarrolle. La motivación del emprendedor se origina en su autoestima positiva, su disposición para asumir riesgos y su confianza en sus capacidades para llevar a cabo un proyecto empresarial (p. 18).

Ciclo 2 creatividad para el emprendimiento: La creatividad está estrechamente vinculada a la capacidad del emprendedor para generar ideas que satisfagan una necesidad aún no satisfecha total o parcialmente en el mercado. Para que surjan estas ideas, es importante que el emprendedor busque estímulos que impulsen la generación de ideas en esta etapa del ciclo emprendedor. El factor central para estimular la creatividad de manera efectiva es que el emprendedor busque activamente formas de despertar su creatividad, ya que las ideas no surgirán por sí solas en la mente de aquel que desea crear su propia empresa (p. 19).

Ciclo 3 identificación de oportunidades de negocio para el emprendimiento: Un aspecto estrechamente relacionado con la estimulación de la creatividad del emprendedor es la identificación de oportunidades de negocio que surgen al establecer una conexión entre la idea que surge en la mente del emprendedor y una necesidad existente en el mercado de consumo de la sociedad. En este proceso de vinculación, es fundamental que el emprendedor sea capaz de seleccionar las necesidades presentes en su entorno social más cercano que aún no han sido satisfechas total o parcialmente. En el momento de identificar una oportunidad de negocio, el emprendedor debe tener la habilidad de reconocer estas necesidades y aprovecharlas para desarrollar su empresa (p. 19).

Ciclo 4 planificación del emprendimiento: Cada vez más empleados dependientes muestran una creciente tendencia a considerar la posibilidad de crear su propia empresa. Esta decisión está influenciada por diversos factores, siendo los más importantes la necesidad de independencia, el deseo de mejorar económicamente, el sentido de pertenencia, la experiencia en el negocio y el estímulo familiar. Podemos notar que los impulsores del emprendimiento están principalmente relacionados con

actitudes y mentalidad de las personas, en mayor medida que con habilidades y conocimientos técnicos. Esto nos lleva a concluir que, para iniciar un negocio propio, es fundamental contar con un espíritu de superación y motivación, más que con una acumulación de conocimientos científicos (p. 20).

Ciclo 5 financiamiento del emprendimiento: La ausencia de financiamiento específicamente dirigido a proyectos de emprendedores resulta en un aumento de la frustración para aquellos que han invertido mucho esfuerzo en la elaboración de sus planes de negocio. En el caso de Ecuador, esto se está observando especialmente en jóvenes universitarios ilusionados por crear su propia empresa, quienes lamentablemente se encuentran con el primer gran obstáculo del ciclo emprendedor: la ausencia de financiamiento (p. 20).

La necesidad de contar con productos financieros específicos para respaldar proyectos de emprendedores, implica que el crédito a corto y largo plazo ofrecido por las entidades financieras no es la mejor alternativa para iniciar un nuevo negocio. Existe una premisa financiera fundamental que señala que, en la medida de lo posible, es recomendable iniciar un negocio sin incurrir en deudas, evitando así la obligación de pagar intereses y devolver el capital recibido como préstamo (p. 21).

2.2.5. Principios del emprendimiento

Peralta (2020), plantea que el emprendimiento se rige por los siguientes principios:

- **Trabajo en equipo:** Colaborar en conjunto con el equipo para potenciar nuestras fortalezas y alcanzar metas ambiciosas, superando la mera suma de esfuerzos individuales (p. 51).
- **Excelencia:** Mantener la constancia, el esfuerzo y la búsqueda continua de mejora como fundamentos para alcanzar nuestros objetivos (p. 51).
- **Disciplina:** Tener la seguridad de que lograremos nuestras metas y la determinación de persistir en el esfuerzo hasta alcanzar el éxito (p. 51).
- **Espíritu de servicio:** Brindar ayuda y apoyo de manera espontánea a los demás, incluso en los pequeños detalles (p. 51).

- **Fraternidad:** Fomentar la unión y una buena relación entre los miembros del equipo, construyendo lazos sólidos de amistad y camaradería (p. 51).
- **Emprendimiento:** Actitud y habilidad de los integrantes que les permite iniciar y llevar a cabo nuevos desafíos y proyectos, lo que les impulsa a ir más allá de lo que ya han logrado (p. 52).

2.2.6. Objetivos del emprendimiento

Los objetivos que se pueden lograr al emprender, de acuerdo al planteamiento de Sainz de Vicuña Ancín (2018):

Obtener beneficios financieros: Para muchos emprendedores, el propósito de emprender es alcanzar beneficios económicos, lo cual implica generar ingresos, obtener ganancias y lograr un crecimiento a medida que el negocio progresa. Esta es una meta habitual para la mayoría de los emprendimientos, y los emprendedores suelen invertir tiempo, energía y recursos financieros para garantizar que su negocio genere los ingresos necesarios para ser rentable (p. 36).

Crear una empresa sostenible: Un objetivo vinculado al beneficio económico es establecer una empresa sostenible, lo cual implica garantizar que el negocio pueda mantenerse a largo plazo sin requerir nuevas inversiones. La creación de una empresa sostenible puede ser una meta fundamental para los emprendedores, ya que les permite asegurar la viabilidad continua del negocio en el futuro (p. 36).

Mejorar la comunidad: el objetivo del emprendimiento no se centra exclusivamente en obtener beneficios financieros, sino en mejorar la comunidad en la que operan. Esto implica contribuir al bienestar de la comunidad mediante la creación de empleos, el respaldo a la economía local y el desarrollo de proyectos (p. 36).

De responsabilidad social: Estos objetivos están cada vez más extendidos entre los emprendedores y pueden representar una forma gratificante de obtener un retorno de sus inversiones (p. 37).

Desarrollar habilidades: Para algunos emprendedores, el propósito del emprendimiento radica en el desarrollo de habilidades. Esto implica adquirir destrezas comerciales, como la administración de recursos, el marketing, la contabilidad y la gestión de proyectos. Asimismo, implica aprender habilidades técnicas, como el diseño web, la programación y la creación de productos. Estas habilidades no solo son beneficiosas para el negocio en sí, sino que también representan un activo valioso para el emprendedor en el futuro (p. 37).

Crear una marca: Un objetivo frecuente entre los emprendedores es establecer una marca, lo cual implica la construcción de una identidad para el negocio, incluyendo un logotipo, un eslogan y una estrategia de marketing para promoverlo. El propósito de crear una marca es posicionar a la empresa como una opción valiosa para los consumidores, y también puede ayudar al emprendimiento a destacarse entre la competencia (p. 37).

Desarrollar una red de relaciones: La construcción de una red de contactos también puede ser una meta primordial para los emprendedores, lo cual implica establecer relaciones con otros profesionales, proveedores y clientes con el fin de impulsar el negocio (p. 37).

Lograr independencia financiera: Para numerosos emprendedores, el propósito primordial consiste en alcanzar la autonomía económica, lo cual implica que trabajan para establecer un negocio que sea capaz de mantenerse por sí mismo sin necesidad de que ellos deban desempeñar un trabajo a tiempo completo (p. 38).

2.2.7. Características del emprendimiento

Dills (2019), plantea que el emprendimiento se rige por las siguientes características:

- **Innovación:** La innovación surge de un conjunto de ideas de una o varias personas para iniciar un negocio con el propósito de ofrecer un servicio o producto que resuelva un problema existente. Su objetivo es brindar valor a los destinatarios del proyecto una vez que se haga realidad (p. 212).

- **Adaptabilidad:** La adaptabilidad y flexibilidad son características esenciales de un emprendimiento. Al ser una idea nueva, puede irse modificando y optimizando con el tiempo para volverse más sólida y estable. Sin embargo, a medida que crece y pasa el tiempo, seguirá transformándose para adaptarse al entorno y las circunstancias en las que se encuentre (p. 212).
- **Determinación:** El emprendedor debe poseer una gran determinación para convertir su visión en realidad. De lo contrario, su proyecto podría convertirse en una de las muchas empresas que fracasan en los primeros años (p. 212).
- **Paciencia:** Ningún emprendimiento puede ser instantáneo. Requiere tiempo para establecerse y alcanzar la rentabilidad esperada. El proceso emprendedor no puede ni debe apresurarse, ya que implica un proceso completo para asegurarse de que el producto o servicio sea exactamente lo que el emprendedor desea ofrecer al usuario final (p. 213).
- **Escalabilidad:** Un emprendimiento debe tener la capacidad de crecer para que los ingresos superen los costos. Además, junto con la capacidad de adaptación, un nuevo proyecto debe encontrar formas de expandirse a largo plazo y seguir siendo rentable en el mercado en el que se encuentra (p. 213).

2.2.8. Factores determinantes en el camino hacia el emprendimiento

De acuerdo a García, Zerón, & Sánchez (2018), se identifican cuatro factores del entorno que influyen en mayor o menor medida en el emprendimiento, siendo estos: el financiamiento, el marco regulatorio, servicios de apoyo y capacitación empresarial, y la innovación y tecnología:

2.2.8.1. Financiamiento

Es un aspecto crucial que influye en el resultado positivo o negativo de un proyecto emprendedor. Durante el desarrollo y crecimiento de su negocio, los emprendedores buscan obtener respaldo financiero de diferentes fuentes. Es por eso que necesitan

adquirir habilidades de gestión que les permitan establecer una comunicación efectiva con aquellos que cuentan con los recursos necesarios, con el objetivo de resaltar el potencial de inversión que existe en su idea de negocio o empresa en sus etapas iniciales (p. 93).

En la literatura especializada sobre emprendimiento, se resalta que el financiamiento bancario no siempre es considerado la opción más favorable para las nuevas empresas debido a la incertidumbre que la rodea. Además, la mayoría de las instituciones bancarias requieren un historial financiero de la empresa de al menos tres años o más, así como la existencia de activos que respalden el préstamo. Asimismo, las altas tasas de interés y la dificultad para obtener créditos para negocios emergentes hacen que las instituciones bancarias sean una opción poco viable para el financiamiento (p. 93).

Por lo tanto, muchos nuevos negocios optan por el autofinanciamiento a través de sus propios ahorros personales, así como por la obtención de financiamiento de accionistas informales, tales como individuos interesados, amigos, proveedores, clientes, prestamistas e incluso miembros de la familia. En consecuencia, el papel de los inversores informales en el establecimiento de nuevas empresas ha ido en aumento convirtiéndose en una fuente principal de financiamiento para nuevos negocios (p. 93).

2.2.8.2. Marco regulatorio

La comprensión completa de la decisión de crecimiento de una empresa requiere considerar las condiciones contextuales o nacionales. Por lo tanto, los marcos institucionales interactúan con individuos y organizaciones, y la actividad emprendedora debe ser situada dentro del contexto económico, sociocultural y legal de un país (p. 93).

Esto demuestra que las políticas públicas se centran en impulsar la actividad empresarial sostenible y con potencial de crecimiento, lo cual subraya la necesidad de contar con una variedad de acciones que puedan ser llevadas a cabo por el sector

público. Sin embargo, es importante tener en cuenta que las prioridades pueden variar en cada economía, país o región según las circunstancias específicas (p. 94).

La administración pública de un gobierno debe responder a esta nueva realidad al proporcionar un nuevo marco legal, financiero y fiscal que facilite el establecimiento y posterior expansión de estas empresas. Se deben tener en cuenta diferentes procesos legales al iniciar un negocio, como el registro de propiedad, los permisos de construcción y otros trámites que a veces pueden obstaculizar la apertura de un negocio debido a sus costos o al tiempo requerido para su cumplimiento (p. 94).

2.2.8.3. Servicios de apoyo y capacitación empresarial

Otro de los factores del entorno que influyen en el emprendimiento son los servicios de apoyo y capacitación. En los últimos años, se han implementado diversos programas institucionales para fortalecer las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) a través de iniciativas de capacitación y consultoría. Estos programas tienen como objetivo mejorar la infraestructura tecnológica, aumentar el nivel de internacionalización y facilitar el acceso a recursos financieros mediante subsidios de intereses, fondos de garantías y micro financiamientos (p. 94).

La formación de nuevos empresarios a través de procesos de capacitación, donde el sistema educativo asume la responsabilidad de brindar dicha formación. Los servicios de apoyo y capacitación empresarial son fundamentales en la creación de empresas. Sin embargo, la ausencia de acceso a estos servicios lleva a los emprendedores a imitar ideas de otros sin requerir una inversión económica elevada ni capacitación adecuada. A largo plazo, esto puede conducir al cese de los negocios debido a la ausencia de detección de oportunidades reales o la ausencia de propuestas innovadoras (p. 94).

La capacitación desempeña un papel fundamental en el emprendimiento y la innovación. No solo es importante para los emprendedores, sino también para la cultura organizacional de las empresas, ya que permite establecer una mejor conexión con los emprendedores. La profundización en temas específicos proporciona

herramientas y recursos que fortalecen los emprendimientos, lo que tiene un impacto directo en la productividad del país y en la generación de empleo (p. 94).

La capacitación no solo es necesaria para adquirir conocimientos, sino también para mantenerse actualizado en un entorno empresarial en constante cambio. Incluso si se cuenta con profesionales altamente calificados, la capacitación continua es esencial para evitar el desfase y garantizar la competitividad y productividad de la empresa. La capacitación adecuada beneficia tanto a la empresa como a los colaboradores. Algunos de los beneficios incluyen el aumento de la productividad y la calidad del trabajo, el incremento de la rentabilidad, el fortalecimiento de la moral de los trabajadores, la resolución de problemas diarios, la reducción de la supervisión necesaria, la prevención de accidentes laborales, la mejora de la estabilidad y flexibilidad de la organización, y la identificación del personal con la empresa (p. 95).

2.2.8.4. Innovación y tecnología

Incorporar tecnologías innovadoras en las empresas brinda ventajas sustanciales, mejorando la eficiencia operativa y la productividad. Desde la automatización de procesos hasta el uso de sistemas de gestión empresarial y herramientas de análisis de datos, estas tecnologías optimizan las operaciones y liberan recursos para tareas estratégicas. Además, la innovación tecnológica posibilita la creación de productos y servicios nuevos o mejorados, permitiendo a las empresas adaptarse rápidamente a las tendencias del mercado y satisfacer las cambiantes necesidades de los clientes (p. 95).

La adopción de tecnologías también facilita la expansión global, habilita nuevos modelos de negocio y mejora la experiencia del cliente a través de interfaces intuitivas y soluciones personalizadas. Además, la capacidad para recopilar y analizar datos de manera efectiva, junto con la agilidad empresarial que proporcionan estas tecnologías, marca la diferencia en la toma de decisiones estratégicas y en la capacidad de ajustar rápidamente las operaciones para mantener la competitividad (Cruz & Justo, 2017).

2.2.8.5. Mercado y demandas del consumidor

Entender las necesidades del mercado es esencial para que las empresas encuentren oportunidades no exploradas y mejoren sus productos o servicios. Ajustarse a las demandas del consumidor asegura la relevancia y competitividad en un entorno empresarial dinámico. La satisfacción de las demandas del consumidor no solo fomenta la lealtad, sino que también crea defensores de la marca (Rojo, Bonilla, & Masaquiza, 2018, p. 137).

La comprensión profunda de estas demandas impulsa la innovación centrada en el cliente, permitiendo a las empresas ajustar sus productos según la retroalimentación directa. Ante cambios rápidos en el mercado, la conexión con las demandas del consumidor guía estrategias empresariales. La búsqueda de experiencias personalizadas y la adaptación a las demandas contribuyen al éxito de las empresas y a la construcción de una marca positiva (Félix, Husted, & Aigner, 2017, p. 214).

2.2.8.6. Networking y relaciones interpersonales

De acuerdo a Ovalles-Toledo et al. (2018), forjar conexiones sólidas mediante el networking proporciona a los empresarios oportunidades significativas en el ámbito empresarial. Al posibilitar el descubrimiento de nuevas perspectivas, posibles asociaciones y oportunidades de crecimiento, estas conexiones no solo actúan como una valiosa fuente de asesoramiento brindada por mentores y colegas con más experiencia, sino que también ofrecen un respaldo emocional crucial en el desafiante y solitario camino del emprendimiento (p. 221).

El networking facilita el aprendizaje continuo a través del intercambio de conocimientos, contribuyendo al desarrollo profesional y empresarial al exponer a los empresarios a diversas perspectivas y enfoques. Además, estas conexiones sólidas desempeñan un papel esencial en la construcción de la imagen personal del empresario, influyendo en cómo los demás los perciben y confían en ellos. Asimismo, el establecimiento de relaciones sólidas a través del networking puede

conllevar colaboraciones estratégicas, impulsando el crecimiento y la innovación (Rojas-Hernández et al., 2021, p. 11).

De manera adicional, amplía el acceso a una variedad de recursos, como financiamiento, conocimientos especializados y oportunidades de desarrollo profesional. En última instancia, las relaciones interpersonales efectivas contribuyen al desarrollo de clientes y a la construcción de una clientela sólida, estableciendo la confianza y credibilidad que son factores determinantes en las decisiones de compra de los clientes (Solórzano & García, 2016, p. 103).

2.2.8.7. Clima empresarial y cultural

La cultura empresarial y el clima empresarial de una región desempeñan un papel esencial en la aceptación y el respaldo a nuevos negocios. La receptividad a la innovación, la disposición de la comunidad para respaldar emprendimientos locales y las percepciones sobre tipos específicos de negocios están influenciadas por estos factores (Calva, Galarza, & Sare, 2019, p. 35).

Además, el clima empresarial se refleja en las barreras administrativas, la presencia de infraestructura empresarial y la diversidad de negocios en la región. Estos elementos no solo afectan las etapas iniciales de los emprendimientos, sino que también tienen impactos a largo plazo en la sostenibilidad y el crecimiento continuo de los negocios, contribuyendo al establecimiento de comunidades empresariales prósperas (Paredes, Martínez, & Burgos, 2021, p. 16).

2.2.8.8. Habilidades empresariales y resiliencia

En el ámbito empresarial, la toma de decisiones informadas y acertadas constituye un elemento esencial, demandando que los emprendedores evalúen información, anticipen las posibles consecuencias y elijan el curso de acción más apropiado para alcanzar sus metas. La gestión efectiva del tiempo se vuelve crucial para maximizar la productividad, establecer prioridades entre tareas y cumplir con plazos, lo cual contribuye al éxito a largo plazo (Rojas-Rojas, 2022, p. 45).

La resiliencia, que desempeña un papel fundamental para los empresarios, engloba la capacidad de recuperarse de fracasos, adaptarse a cambios y extraer lecciones valiosas de experiencias adversas. Adaptarse a entornos cambiantes se convierte en una habilidad esencial, permitiendo ajustes estratégicos frente a avances tecnológicos y cambios en las condiciones del mercado (Serna, Zenoain, & Schmidt, 2018, p. 18).

La comunicación efectiva emerge como un factor clave para establecer relaciones sólidas con diversas partes interesadas, fortaleciendo así el éxito global de la empresa. La habilidad de pensar de manera creativa e innovadora dota a los empresarios con la capacidad de generar soluciones únicas y capitalizar oportunidades, resultando esencial para el crecimiento y la diferenciación en el mercado (Llorente-Portillo, 2023, p. 448).

2.2.8.9. Marketing y estrategia de ventas

El posicionamiento de marca busca establecer una imagen distintiva en la mente de los consumidores y construir una identidad robusta y atractiva. La elección adecuada de canales de distribución es vital para la accesibilidad de los productos, ya sea a través de establecimientos físicos, plataformas de comercio electrónico o distribuidores (Dávila et al., 2019, p. 135).

La promoción y la publicidad, mediante diversas tácticas como campañas, presencia en redes sociales y colaboraciones, contribuyen a aumentar la visibilidad y fomentar la fidelidad de los clientes. La estrategia de precios ya sea optando por un enfoque premium o competitivo, influye directamente en cómo los clientes perciben la marca (Chango & Lara, 2020, p. 137).

Tabla 1. Principales factores determinantes en el camino del emprendimiento según varios autores

Factores	Descripción	Autores
Internos	Educación	Cordero, et al. (2011); Borja et al. (2020)
	Motivación	Cordero, et al. (2011); Borja et al. (2020)
	Conductas emprendedoras	Cordero, et al. (2011); Borja et al. (2020)
	Innovación y Tecnología	García et al. (2018)
	Innovación y Tecnología	Cruz, et al. (2017); Justo et al. (2017)
	Mercado y Demandas del Consumidor	Félix, et al. (2017); Husted et al. (2017); Aigner et al. (2017)
	Networking y Relaciones Interpersonales	Calva, et al. (2019); Galarza et al. (2019); Sare et al. (2019)
	Relaciones interpersonales	García et al. (2018)
	Clima empresarial	Paredes, et al. (2021); Floril et al. (2021)
	Habilidades Empresariales y Resiliencia	Rojas, et al. (2022)
	Habilidades Empresariales y Resiliencia	Llorente, et al. (2023)
	Habilidades Empresariales y Resiliencia	Serna, et al. (2018); Silva et al. (2018)
	Marketing y estrategias de ventas	Davila, et al. (2019); Palacios et al. (2019); Peña et al. (2019); Valencia et al. (2019)
	Financiamiento	Cordero, et al. (2011); Hernández (2021); García et al. (2018)
	Entorno legal	Cordero, et al. (2011); García et al. (2018)
Externos	Condiciones del mercado	Cordero, et al. (2011); Borja et al. (2020); Félix et al. (2017)
	Entorno Económico	Cordero et al. (2011)
	Educación	Cordero et al. (2011); García et al. (2018)

2.2.9. Tipos de emprendimiento

De acuerdo con Alcaraz, (2020) se plantean diferentes tipos de emprendimiento:

- **Emprendimiento de negocios:** Este tipo de emprendimiento se refiere a la creación y gestión de nuevos negocios con el objetivo de obtener ganancias económicas. Los emprendedores de negocios identifican oportunidades de

mercado, desarrollan modelos de negocio, obtienen financiamiento y se encargan de la operación y crecimiento de la empresa (p. 206).

- **Emprendimiento social:** El emprendimiento social se enfoca en abordar problemas sociales y ambientales a través de soluciones innovadoras. Los emprendedores sociales buscan generar un impacto positivo en la sociedad, ya sea mediante la creación de organizaciones sin fines de lucro, empresas sociales o iniciativas que buscan resolver desafíos sociales específicos (p. 206).
- **Emprendimiento tecnológico:** Este tipo de emprendimiento se centra en la aplicación de la tecnología y la innovación para desarrollar productos, servicios o soluciones tecnológicas. Los emprendedores tecnológicos suelen crear startups de base tecnológica, como empresas de software, aplicaciones móviles, inteligencia artificial, biotecnología, entre otros (p. 206).
- **Emprendimiento de alto impacto:** El emprendimiento de alto impacto, también conocido como emprendimiento de alto crecimiento o emprendimiento escalable, se caracteriza por buscar un rápido crecimiento y expansión a gran escala. Estos emprendimientos suelen tener un modelo de negocio innovador y escalable, y buscan atraer inversión de capital de riesgo para financiar su crecimiento (p. 207).
- **Emprendimiento corporativo:** Este tipo de emprendimiento se lleva a cabo dentro de una empresa existente. Los emprendedores corporativos son empleados o equipos dentro de una organización que buscan desarrollar ideas y proyectos innovadores para generar crecimiento y ventaja competitiva para la empresa. Pueden crear nuevas divisiones, productos o servicios, o implementar mejoras significativas en la organización (p. 207).
- **Emprendimiento cultural:** El emprendimiento cultural se centra en la creación y gestión de proyectos relacionados con el arte, la cultura, el patrimonio y la creatividad. Los emprendedores culturales pueden establecer galerías de arte, empresas de diseño, agencias de publicidad creativa, empresas de turismo cultural, entre otros (p. 207).

- **Emprendimiento urbano:** se refiere a la creación y gestión de proyectos emprendedores que buscan abordar desafíos y aprovechar oportunidades específicas en entornos urbanos. Este tipo de emprendimiento se enfoca en soluciones innovadoras para mejorar la calidad de vida, la sostenibilidad, la eficiencia y la inclusión en áreas urbanas (p. 207).

2.2.10. La idea de negocio

Se refiere a la entrega de un servicio o la creación de un producto que tiene la capacidad de ser ofrecido en un mercado específico, con el objetivo de obtener ganancias y beneficios económicos. Esta idea implica contar con una propuesta de valor distintiva y una visión clara de cómo posicionarse comercialmente en el mercado (Baque-Villanueva et al., 2020, p. 123).

2.2.11. Iniciando el camino del emprendedor

Desde el punto de vista de Ornelas et al. (2015), es fundamental estimular el espíritu emprendedor desde temprana edad con el fin de impulsar el desarrollo de aptitudes y conocimientos indispensables para establecer negocios y fomentar la creación de empleo. Los aspectos a cultivar abarcan la disposición para enfrentar desafíos, la habilidad para reunir los recursos humanos, técnicos y materiales necesarios para iniciar una empresa, la capacidad de generar puestos de trabajo, tanto a través del autoempleo como de contrataciones, y la utilización de la innovación como una herramienta para el cambio y el progreso (p. 48).

2.2.12. Emprendimiento social y comunidad

Según describen Méndez, Méndez, & Bolaños (2022), existen dos categorías de emprendimiento social. El primero se centra en abordar problemáticas sociales en áreas donde tanto la economía como la intervención estatal presentan deficiencias. Estos emprendimientos se llevan a cabo sin buscar beneficios económicos y su objetivo principal es mejorar las condiciones sociales. El segundo tipo de emprendimiento social es conocido como liderazgo social, el cual involucra a individuos que se destacan y asumen desafíos en comunidades con necesidades

evidentes. Estos emprendedores también tienen la intención de mejorar la situación social, pero su enfoque puede o no estar orientado a obtener ganancias económicas (p. 37).

2.2.13. Innovación y Emprendimiento

Vélez & Ortiz (2016) afirman que la relación entre el emprendimiento y la innovación se revela a través de las transformaciones que experimentan las organizaciones y las actividades económicas en su totalidad. Cada emprendimiento conlleva un esfuerzo vinculado a la innovación, mientras que la innovación, para generar valor, requiere de acciones emprendedoras. La distinción puede radicar en el alcance del emprendimiento y en la magnitud de la innovación que se logra (p. 357).

2.2.14. Emprendimiento Covid y post Covid en el Ecuador

López & Rivera (2020) sostienen que la propagación de la enfermedad COVID-19 ha tenido repercusiones negativas en el ámbito del emprendimiento y las pequeñas y medianas empresas, ocasionando una disminución en sus ventas y crecimiento. Los efectos han variado en función del sector económico al que pertenecen. En América Latina y el Caribe, los resultados de una encuesta realizada a 2232 emprendedores provenientes de 19 países revelan que aproximadamente el 80% de los emprendimientos se han visto afectados por la crisis del COVID-19. Sus ingresos han sufrido una disminución considerable, especialmente para aquellos emprendimientos con menos de un año, alcanzando un 66%. Además, alrededor del 53% de los emprendedores que solían vender sus productos o servicios han dejado de hacerlo debido a esta situación (p. 34).

2.2.15. Nuevos modelos de negocios: Emprendimiento en la era de la tecnología

Como plantea Elson (2022), el avance de las nuevas tecnologías ha generado un cambio en los paradigmas tradicionales, los cuales eran restrictivos y proteccionistas. Este cambio ha creado un mercado global sin límites geográficos, accesible para todas las personas en el mundo, lo cual brinda una excelente oportunidad para cualquier tipo de negocio, sin importar su tamaño, estructura o potencial económico.

En este entorno de mercados ilimitados, los consumidores se vuelven cada vez más sofisticados, informados, empoderados y exigentes, lo que implica que ya no es suficiente contar únicamente con una brillante idea de negocio o un producto revolucionario. Únicamente aquellos emprendedores, empresas y organizaciones dispuestos a adaptarse a las reglas del mercado global y a escuchar a este nuevo consumidor tendrán éxito. De esta forma, solo aquellos emprendedores, empresas y organizaciones que se comprometan a seguir las reglas del mercado global y estén preparados para escuchar al nuevo consumidor lograrán alcanzar el éxito (p. 96).

2.2.16. Emprendimiento: La oportunidad de negocio

Desde la perspectiva de los autores Cevallos et al. (2016) el emprendimiento impulsado por oportunidad juega un papel fundamental en el desarrollo económico de una nación. Es relevante resaltar el perfil de las empresas creadas por emprendedores motivados por oportunidades, las cuales deben ser altamente tecnológicas y/o aportar un valor agregado significativo. Estas empresas emergen a partir de un proceso de transferencia de tecnología y tienen su origen en investigaciones llevadas a cabo en universidades y centros de investigación.

2.2.17. Empresas familiares, trabajadores a domicilio y empresas basadas en el domicilio

Barroso-Martínez (2014) afirma que, en el mundo empresarial actual, las empresas familiares son el centro del tejido empresarial de las regiones desarrolladas. Son responsables de gran parte de la creación de riqueza, la generación de empleo y el bienestar social. Por lo tanto, es fundamental comprender su naturaleza y origen, así como sus fortalezas y debilidades, para poder desarrollar estrategias que fortalezcan su competitividad y les permitan proyectar un futuro exitoso (p. 112).

2.2.18. Monitor de emprendimiento global

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es un proyecto de investigación de alcance internacional que tiene como propósito analizar y evaluar la actividad emprendedora en todo el mundo. Iniciado en 1999 por la London Business School y

el Babson College, ha evolucionado hasta convertirse en la investigación longitudinal más extensa sobre emprendimiento a nivel global (Izquieta, 2022, p. 18).

El GEM se centra en la recopilación de datos y análisis de diversos aspectos del emprendimiento, abordando la prevalencia de esta actividad en distintos países, las motivaciones y características de los emprendedores, los factores que favorecen u obstaculizan la creación de empresas y el impacto económico y social del emprendimiento (Salgado-Monar, 2023, p. 4620).

De la Cruz & Roca (2022), indican que “el GEM examina las Características del Emprendedor, considerando elementos como la edad, género, nivel educativo y experiencia previa en el ámbito empresarial” (p. 37). Hernández-Muñoz (2023), sostiene que “el GEM también se adentra en los Factores Culturales y Sociales, explorando cómo las normas y valores culturales influyen en la percepción y aceptación del emprendimiento en diferentes países y regiones” (p. 49).

Respecto a esto Ortega, Benítez, & Ruíz (2019), indican que, “el proyecto evalúa el Apoyo y Recursos disponibles para los emprendedores, considerando aspectos como el acceso a financiamiento, redes de contactos, asesoramiento y formación” (pág. 168). Por último, el GEM, según sostiene Jiménez-Coronado (2020), “se enfoca en el Impacto Económico y Social del Emprendimiento, analizando cómo esta actividad contribuye al crecimiento económico, la generación de empleo, la promoción de la innovación y su influencia en el mejoramiento del bienestar social” (p. 296).

2.2.19. Actividad Emprendedora Temprana (AET)

La Actividad Emprendedora Temprana (AET) se refiere al inicio y desarrollo de un nuevo proyecto empresarial, típicamente liderado por individuos o equipos en las fases iniciales de su trayectoria emprendedora. En esta etapa, los emprendedores se distinguen por su capacidad para innovar, asumir riesgos significativos y ejercer una alta autonomía en la toma de decisiones empresariales clave (Sancán-Villamar, 2022, p. 62).

La innovación es una característica clave de la AET, destacando la habilidad de los emprendedores para generar y aplicar ideas creativas de forma original,

introduciendo nuevos productos, servicios o modelos de negocio en el mercado. Esto implica un entorno de alto riesgo, pues los emprendedores tempranos operan en un contexto incierto y competitivo, enfrentando desafíos como la incertidumbre sobre la aceptación del mercado o la disponibilidad de recursos financieros (Mullo-Parco, 2022, p. 128).

Chicaiza et al. (2023), mencionan que “la autonomía es otro rasgo distintivo, dándoles a los emprendedores tempranos un alto grado de independencia en la dirección estratégica del negocio y la toma de decisiones operativas” (pág. 88). Por su parte, Sailema-Lalaleo (2022), indica que “aunque esto permite adaptarse rápidamente a cambios, también implica una mayor responsabilidad y la necesidad de tener una visión clara y bien fundamentada para el negocio” (p. 52).

2.2.20. Importancia del desarrollo económico

Delgado & Estellés (2020), plantean la importancia del desarrollo económico radica en su capacidad para impulsar el crecimiento sostenible, mejorar la calidad de vida de las personas y promover la igualdad en las sociedades. A continuación, se presentan algunos puntos relevantes sobre la importancia del desarrollo económico:

- **Promoción del crecimiento equitativo:** El desarrollo económico busca fomentar un crecimiento equitativo a largo plazo, asegurando que los beneficios económicos sean distribuidos de manera justa entre todos los sectores de la sociedad. Esto implica reducir la brecha entre ricos y pobres, mejorar las oportunidades de empleo, aumentar los ingresos y reducir la pobreza (p. 193).
- **Generación y asignación eficiente de recursos:** El desarrollo económico busca lograr una asignación eficiente de los recursos financieros, estimulando la inversión productiva y facilitando el acceso al crédito. Esto impulsa la creación de empleo, fomenta la innovación y contribuye al desarrollo de sectores clave de la economía (p. 193).
- **Reducción de la pobreza y la desigualdad:** El desarrollo económico juega un papel fundamental en la reducción de la pobreza y la desigualdad. Al generar

empleo, aumentar los ingresos y mejorar las condiciones de vida, contribuye a mejorar la calidad de vida de las personas y a garantizar un mayor acceso a servicios básicos, como educación, salud y vivienda (p. 193).

- **Mejora del bienestar y calidad de vida:** El desarrollo económico no solo se enfoca en el crecimiento de la economía, sino también en mejorar el bienestar y la calidad de vida de las personas. Esto implica el acceso a servicios básicos, infraestructura adecuada, seguridad alimentaria, atención médica, educación de calidad, entre otros aspectos que contribuyen al desarrollo integral de las personas (p. 194).
- **Sostenibilidad ambiental:** El desarrollo económico debe ser compatible con la sostenibilidad ambiental, evitando la sobreexplotación de recursos naturales y promoviendo prácticas económicas y productivas responsables. La protección del medio ambiente y la adopción de medidas para mitigar el cambio climático son elementos clave en la agenda del desarrollo económico sostenible (p. 194).

2.2.20.1. Funciones del desarrollo económico

Desde el punto de vista de Aguilar-Zuluaga (2018), el desarrollo económico se refiere a la capacidad de los países o regiones para generar riqueza y mantener el bienestar económico y social de sus habitantes. Implica el crecimiento económico sostenido, así como la mejora del nivel de vida y el cumplimiento de las necesidades básicas de las personas, se presentan algunas funciones del desarrollo económico:

- **Promoción del crecimiento equitativo a largo plazo:** El objetivo principal del desarrollo económico es lograr un crecimiento económico sostenible y equitativo, donde los beneficios se distribuyan de manera justa entre todos los sectores de la sociedad (p. 18).
- **Generación y asignación eficiente de recursos financieros:** El desarrollo económico implica la adecuada asignación de recursos financieros para apoyar el desarrollo y la igualdad en los países. Esto implica el seguimiento de políticas

macroeconómicas, evaluación de su impacto en términos de sustentabilidad, eficacia y equidad, y el apoyo en la formulación e implementación de políticas y reformas por parte de los gobiernos (p. 18).

- **Impulso de la innovación y la inversión:** El desarrollo económico requiere incentivar la innovación y la inversión para fomentar el crecimiento y mejorar la eficiencia en la producción de bienes y servicios. Esto implica ajustes legales e institucionales que promuevan la creación de un sistema de producción eficiente y una distribución equitativa de los bienes y servicios (p. 18).
- **Mejora de indicadores de bienestar:** El desarrollo económico busca mejorar los indicadores de bienestar de la población, como el incremento de los ingresos per cápita, la reducción de la pobreza, el acceso a servicios básicos (agua, electricidad, educación, salud) y el respeto a los derechos humanos y el orden social (p. 19).
- **Incorporación de nuevas tecnologías:** El desarrollo económico implica la adopción y el uso eficiente de nuevas tecnologías para impulsar la productividad y la competitividad de los países. El uso de tecnologías avanzadas puede acelerar el crecimiento económico y facilitar la mejora de los procesos productivos (p. 19).

2.2.20.2. Factores determinantes del desarrollo económico

Odisio & Rougier (2022), plantea que el desarrollo económico se rige por los siguientes factores determinantes:

- **Recursos naturales:** Acceso a materias primas y fuentes de energía (pág. 228).
- **Estabilidad política:** Existencia de un ambiente político estable y cumplimiento del periodo de mandato de las autoridades (p. 228).
- **Administración estatal eficiente:** Una gestión pública que logra cumplir con sus objetivos (p. 228).

- **Control de la corrupción:** Prevención y castigo de actos de corrupción, como sobornos a funcionarios públicos (p. 228).
- **Población participativa:** Una comunidad interesada en participar en las decisiones políticas y económicas del país (p. 228).
- **Acceso a la educación y necesidades básicas cubiertas:** Garantizar la educación y cubrir las necesidades básicas de la población (p. 229).
- **Inversión en innovación y desarrollo:** Destinar recursos a apoyar la innovación y el desarrollo de nuevas ideas de negocio (p. 229).
- **Apertura al comercio exterior:** Fomentar el comercio internacional mediante acuerdos comerciales (p. 229).

2.2.20.3. Principios del desarrollo económico

Espinosa (2023), sostiene que el desarrollo económico se basa en una serie de principios que buscan fomentar un crecimiento sostenible e inclusivo, y mejorar las condiciones de vida de las personas, estos principios incluyen:

- **Equidad y justicia social:** El desarrollo económico debe promover la equidad y la justicia social, reduciendo las brechas de desigualdad y garantizando que los beneficios del crecimiento económico se distribuyan de manera justa. Esto implica abordar la pobreza, la exclusión y la discriminación, y promover la igualdad de oportunidades para todos los miembros de la sociedad (p. 267).
- **Sostenibilidad ambiental:** El desarrollo económico debe tener en cuenta la sostenibilidad ambiental, asegurando que las actividades económicas se realicen de manera sostenible y respetuosa con el medio ambiente. Esto implica promover prácticas de producción y consumo sostenibles, proteger los recursos naturales, reducir las emisiones contaminantes y mitigar el cambio climático (p. 267).
- **Desarrollo humano integral:** El desarrollo económico debe ir más allá del crecimiento del producto interno bruto (PIB) y centrarse en el desarrollo humano integral. Esto implica garantizar el acceso a servicios básicos como educación,

salud, vivienda y nutrición, así como promover la participación ciudadana, los derechos humanos y la inclusión social (p. 267).

- **Diversificación económica:** El desarrollo económico sostenible requiere una diversificación de la estructura productiva de un país. En lugar de depender en exceso de un solo sector o producto, se busca promover la creación de sectores económicos diversos y dinámicos que generen empleo, impulsen la innovación y reduzcan la vulnerabilidad a las fluctuaciones económicas (p. 267).
- **Infraestructura y capital humano:** El desarrollo económico requiere inversiones significativas en infraestructura física (carreteras, puertos, energía, comunicaciones) y en el desarrollo del capital humano (educación, capacitación, salud). Estas inversiones son fundamentales para mejorar la productividad, promover la competitividad y facilitar el acceso a oportunidades económicas (p. 268).
- **Políticas y marco institucional sólidos:** El desarrollo económico necesita un marco institucional sólido y políticas adecuadas para promover la estabilidad económica, la protección de los derechos de propiedad, la eficiencia en los mercados, la transparencia y la gobernanza efectiva. Un entorno propicio para la inversión y la actividad empresarial es esencial para impulsar el desarrollo económico (p. 268).
- **Cooperación internacional:** La cooperación internacional y el apoyo de la comunidad internacional son importantes para el desarrollo económico de los países. Esto puede incluir la asistencia técnica, la transferencia de conocimientos, la apertura de mercados, la reducción de la deuda externa y la promoción de la paz y la estabilidad a nivel global (p. 268).

2.3. Fundamentación legal.

2.3.1. Constitución de la República del Ecuador (2008)

Art. 1.- El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada. La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa previstas en la Constitución. Los recursos naturales no renovables del territorio del Estado pertenecen a su patrimonio inalienable, irrenunciable e imprescriptible (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, p. 8).

Art. 284.- La política económica tendrá los siguientes objetivos:

1. Asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, p. 92).
2. Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, p. 92).
3. Asegurar la soberanía alimentaria y energética (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, p. 92).
4. Promocionar la incorporación del valor agregado con máxima eficiencia, dentro de los límites biofísicos de la naturaleza y el respeto a la vida y a las culturas (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, p. 92).
5. Lograr un desarrollo equilibrado del territorio nacional, la integración entre regiones, en el campo, entre el campo y la ciudad, en lo económico, social y cultural (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, p. 92).

6. Impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, p. 92).
7. Mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, p. 92).
8. Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, p. 92).
9. Impulsar un consumo social y ambientalmente responsable (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, p. 92).

2.3.2. Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (2011)

Art. 1.- Definición.- Para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital (Asamblea Nacional, 2011, p. 3).

Art. 3.- Objeto. - La presente Ley tiene por objeto:

b) Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Sumak Kawsay (Asamblea Nacional, 2011, p. 4).

Art. 15.- Sector Comunitario.- Es el conjunto de organizaciones, vinculadas por relaciones de territorio, familiares, identidades étnicas, culturales, de género, de cuidado de la naturaleza, urbanas o rurales; o, de comunas, comunidades, pueblos y

nacionalidades que, mediante el trabajo conjunto, tienen por objeto la producción, comercialización, distribución y el consumo de bienes o servicios lícitos y socialmente necesarios, en forma solidaria y auto gestionada, bajo los principios de la presente Ley (Asamblea Nacional, 2011, p. 6).

Art. 18.- Sector Asociativo. - Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley (Asamblea Nacional, 2011, p. 6-7).

Art. 73.- Unidades Económicas Populares. - Son Unidades Económicas Populares: las que se dedican a la economía del cuidado, los emprendimientos unipersonales, familiares, domésticos, comerciantes minoristas y talleres artesanales; que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes y prestación de servicios que serán promovidas fomentando la asociación y la solidaridad. Se considerarán también en su caso, el sistema organizativo, asociativo promovido por los ecuatorianos en el exterior con sus familiares en el territorio nacional y con los 25 ecuatorianos retornados, así como de los inmigrantes extranjeros, cuando el fin de dichas organizaciones genere trabajo y empleo entre sus integrantes en el territorio nacional (Asamblea Nacional, 2011, p. 16).

Art. 75.- Emprendimientos unipersonales, familiares y domésticos. - Son personas o grupos de personas que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes o prestación de servicios en pequeña escala efectuadas por trabajadores autónomos o pequeños núcleos familiares, organizadas como sociedades de hecho con el objeto de satisfacer necesidades, a partir de la generación de ingresos e intercambio de bienes y servicios. Para ello generan trabajo y empleo entre sus integrantes (Asamblea Nacional, 2011, p. 17).

Art. 76.- Comerciantes minoristas.- Es comerciante minorista la persona natural, que de forma autónoma, desarrolle un pequeño negocio de provisión de artículos y bienes

de uso o de consumo y prestación de servicios, siempre que no exceda los límites de dependientes asalariados, capital, activos y ventas, que serán fijados anualmente por la Superintendencia (Asamblea Nacional, 2011, p. 17).

Art. 77.- Artesanos.- Es artesano el trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que desarrolla su actividad y trabajo personalmente. En caso de ser propietario de un taller legalmente reconocido, no excederá los límites de operarios, trabajo, maquinarias, materias primas y ventas, que serán fijados anualmente por la Superintendencia (Asamblea Nacional, 2011, p. 17).

Art. 134.- Las Municipalidades conformando regímenes de administración en condominio, con comerciantes minoristas, podrán construir mercados, centros de acopio, silos y otros equipamientos de apoyo a la producción y comercialización de productos y servicios. El régimen de administración en condominio entre las Municipalidades y de los comerciantes minoristas se regulan mediante Ordenanza (Asamblea Nacional, 2011, p. 29).

Art. 135.- Las Municipalidades podrán mediante Ordenanza regular la organización y participación de los pequeños comerciantes en actividades productivas, comerciales o de servicios que permitan la incorporación y participación de estos sectores en la dinamización de la economía local, para lo cual, propiciarán la creación de organizaciones comunitarias para la prestación de servicios o para la producción de bienes, la ejecución de pequeñas obras públicas, el mantenimiento de áreas verdes urbanas, entre otras actividades (Asamblea Nacional, 2011, p. 29).

2.3.3. Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (2010).

Art. 547, Están obligados a obtener la patente y, por ende, el pago anual del impuesto de patente, las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal o metropolitana, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales. La patente municipal deberá obtenerse dentro de los treinta días siguientes al último día del mes en que se inician las

actividades, o dentro de los treinta días siguientes al último día del año (mes de enero) (Asamblea Nacional, 2015, p. 220).

2.3.4. Ordenanzas Municipales. Cantón Quevedo (2013)

Art. 2 Ámbito de aplicación. - La presente Ordenanza regirá las actividades de uso, conservación y ocupación de la vía y espacios públicos en el cantón Quevedo. Las normas constantes en esta Ordenanza serán de aplicación obligatoria también en los centros urbanos y rurales del cantón (GAD Municipal del cantón Quevedo, 2013, p. 3).

Art. 3 La ocupación de las vías públicas.- Se reglamentará mediante concesiones, permisos, regalías, contratos de arrendamiento; valores que deberán pagar quienes hagan uso de ellas respetando el derecho de los habitantes para su normal aprovechamiento (GAD Municipal del cantón Quevedo, 2013, p. 3).

2.3.5. Ley de emprendimiento e innovación

La Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación en Ecuador tiene como objetivo fundamental promover la iniciativa emprendedora y la innovación tecnológica. Esto se logra mediante la instauración de normativas que fomentan una mentalidad emprendedora y la implementación de nuevas formas de organización y financiamiento para fortalecer el entorno empresarial. Esta legislación abarca tanto actividades públicas como privadas en diversos tipos de economías (Espinoza & Salazar, 2021, p. 86).

Los propósitos de esta ley son establecer una política de Estado que fomente el desarrollo del emprendimiento y la innovación, facilitar la creación y operación de emprendimientos, mejorar la eficiencia y competitividad de los emprendedores, promover políticas públicas de apoyo técnico y financiero, fortalecer la relación entre el sistema educativo y el sistema productivo, y estimular la innovación en el desarrollo productivo (Sancán, 2022, p. 73).

Según Varela (2018), “la ley define términos clave como emprendimiento, innovación y emprendedor, y establece principios como la colaboración entre sectores público y privado, la promoción del desarrollo económico a través del emprendimiento y la agilidad en los procedimientos” (pág. 96). Por su parte, Mullo (2022), menciona que dicha ley “impone obligaciones al Estado, como respaldar el emprendimiento mediante políticas públicas, simplificar trámites para la creación y operación de empresas, y asignar recursos para implementar las políticas de la ley” (p. 94).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Dime y lo olvido, enséñame y lo recuerdo, involúcrame y lo aprendo.

Benjamín Franklin.

3.1. Tipo de investigación

3.1.1. Investigación exploratoria

La investigación se considera de tipo exploratoria, puesto los estudios enfocados en el análisis de factores asociadas a emprendimientos en el cantón Quevedo, son limitadas, y, particularmente, en lo correspondiente a los emprendimientos de la parroquia 7 de Octubre, no existen precedentes de investigaciones similares.

3.1.2. Investigación descriptiva

Se atribuye características descriptivas a este estudio, ya que se apuntó a la caracterización de los emprendimientos del sector en estudio, haciendo énfasis en su situación actual y factores que condicionan posicionamiento y contribución al desarrollo económico de dicha parroquia.

3.2. Métodos de investigación

3.2.1. Método inductivo

Con la aplicación del método inductivo, se analizó, de forma particular hacia la general, posibilitando la formulación de las preguntas que conformaron la encuesta, para la obtención de conclusiones generalizada sobre el tema de estudio.

3.2.2. Método Deductivo

A través del método deductivo, se permitió la recolección de análisis y datos específicos, en relación a los emprendimientos urbanos de la Parroquia 7 de Octubre, es un enfoque mas orientado a la confirmación de teorías existentes, mismas que proporcionaron una base solida para el estudio del tema de investigación mencionado.

3.2.3. Método Analítico

Mediante la aplicación del método analítico, se posibilitó el análisis e interpretación de los datos obtenidos mediante la aplicación de las encuestas, para la posterior formulación de conclusiones alineadas a los objetivos de la investigación.

3.2.4. Método Sintético

Con este método se sintetizó la información relevante relacionada con el tema para así estudiar y determinar las relaciones entre los componentes del problema, lo que permitió comprender la naturaleza de la investigación y determinar las conclusiones de la misma.

3.3. Construcción metodológica del objeto de investigación

La construcción metodológica del objeto de investigación se llevó a cabo mediante un enfoque sistemático y estructurado. En primer lugar, se realizó una revisión exhaustiva de la literatura existente relacionada con el emprendimiento urbano y su impacto en el desarrollo económico, lo que proporcionó una base teórica sólida para la investigación. A continuación, se diseñó y aplicó una metodología mixta que combinó métodos inductivos y deductivos.

La recolección de datos se llevó a cabo mediante encuestas a emprendedores de la parroquia 7 de Octubre del cantón Quevedo, provincia de Los Ríos. Estas encuestas se estructuraron en torno a preguntas que abordaron diversas dimensiones, como la gestión interna y organización, ventas y marketing, relaciones con clientes y proveedores, gestión financiera, recurso humano y percepción sobre la competencia. Además, se aplicaron análisis estadísticos y técnicas de síntesis para presentar y ponderar la información recopilada, lo que permitió una comprensión profunda del objeto de investigación y la formulación de conclusiones significativas.

3.3.1. Población y muestra

La población objeto del presente estudio, correspondió al total de emprendimientos legalmente constituidos en la parroquia 7 de Octubre, según la información proporcionada por el Servicio de Rentas Internas (SRI), la cual ascendía a 1863 emprendimientos. Esta población fue considerada representativa de la diversidad de negocios en la parroquia y constituyó la base sobre la cual se realizaron análisis y conclusiones acerca del emprendimiento urbano y su impacto en el desarrollo económico en la comunidad.

Posteriormente, se extrajo una muestra significativa de esta población con el objetivo de obtener resultados representativos y generalizables. Para lograr esto, se aplicó una fórmula de muestreo que consideró una confiabilidad del 95% y un margen de error del 5%:

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

Dónde:

N: número de individuos que componen la población

p: probabilidad positiva (0.5)

q: probabilidad negativa (0.5)

z: constante del nivel de confianza (1.96)

e: margen de error máximo permitido (5%=0.05)

n: tamaño de la muestra

$$n = \frac{1863 + 0.5 * 0.5 * 1.96^2}{(1863 - 1) * 0.05^2 + 0.5 * 0.5 * 1.96^2}$$

n= 319 personas

3.3.2. Técnicas de investigación

La técnica de investigación empleada fue la encuesta, la cual se aplicó a la muestra previamente descrita de emprendimientos en la parroquia 7 de Octubre. La aplicación de la encuesta se llevó a cabo de manera presencial, directamente a los propietarios de los

emprendimientos seleccionados para garantizar una interacción directa y facilitar la obtención de respuestas detalladas y precisas.

3.3.3. Instrumentos de investigación

Como instrumento de investigación, se utilizó un cuestionario con preguntas cerradas, estructuradas de acuerdo a los objetivos planteados en la investigación. Este enfoque permitió agilizar el proceso de recolección de información al ofrecer respuestas estandarizadas, al tiempo que facilitó la posterior análisis y tabulación de los datos recopilados. La selección cuidadosa de las preguntas cerradas contribuyó a obtener datos cuantificables y relevantes para abordar los aspectos específicos de la investigación sobre emprendimiento urbano en la mencionada parroquia.

3.4. Operacionalización de variables

Tabla 2. Operacionalización de las variables de estudio

Concepto	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumentos
Variable independiente: Emprendimientos urbanos El emprendimiento en el ámbito urbano se refiere a un tipo de emprendimiento que se desarrolla en zonas urbanas o en áreas urbanizadas, con el objetivo de generar empleo, crecimiento económico y mejorar la calidad de vida de las personas en esas áreas.	Tipo de emprendimientos. Tamaño y escala de los emprendimientos. Innovación y creatividad. Procesos de planificación y gestión	Segmentación por sector, funcionalidad, características arquitectónicas y diseño urbano. Número de unidades, capacidad de producción, volumen de inversión. Implementación de tecnologías avanzadas, uso de tecnología de información y comunicación, adopción de prácticas sostenibles. Planificación estratégica, participación ciudadana, colaboración pública-privada	¿Cuáles son las características distintivas del emprendimiento urbano que estás investigando? ¿Cuál es el sector o industria en el que se encuentra el emprendimiento urbano? ¿Cómo se diferencian y posicionan en el mercado urbano? ¿Cuál es el tamaño y la estructura del emprendimiento urbano (microemprendimiento, pyme, etc.)? ¿Cuáles son las estrategias utilizadas por el emprendimiento urbano para alcanzar sus objetivos? ¿Cómo se diferencian y posicionan en el mercado urbano? ¿Cómo contribuye el emprendimiento urbano al desarrollo económico y social de la comunidad local? ¿En qué medida genera empleo o fortalece la economía local en el entorno urbano?	Encuesta	Cuestionario
Variable dependiente: Desarrollo económico El desarrollo económico se puede definir como la capacidad que tienen los países o regiones de producir y obtener riqueza. El desarrollo está ligado al sustento y la expansión económica de modo tal que garantice el bienestar, se mantenga la prosperidad y satisfaga las necesidades personales o sociales de las personas.	Innovación y desarrollo tecnológico. Generación de empleo. Inversión y capital humano.	Inversión en investigación y desarrollo, colaboración entre empresas y centro de investigación, números de startups y emprendimientos tecnológicos. Tasa de empleo y desempleo, crecimiento del empleo, empleo formal e informal	¿Cuál es el nivel de inversión en infraestructuras, tecnología y capital humano en la región o país de estudio? ¿Cuál es el nivel de educación y capacitación de la fuerza laboral? ¿Cuál es la tendencia del empleo y la creación de nuevos puestos de trabajo? ¿Cómo se distribuyen los beneficios del crecimiento económico entre diferentes grupos sociales?	Encuesta	Análisis documental Cuestionario

3.5. Elaboración del marco teórico

El proceso de elaboración del marco teórico se dividió en tres partes fundamentales: el marco conceptual, teórico y legal. En primer lugar, se desarrolló el marco conceptual, que implicó la definición y clarificación de los conceptos clave relacionados con el emprendimiento urbano y sus aspectos relevantes en la parroquia 7 de Octubre. Esta etapa sirvió como base para establecer un lenguaje común y comprender los fundamentos esenciales del tema de estudio.

Luego, se abordó el marco teórico, donde se recurrió a la revisión exhaustiva de la literatura existente en libros, tesis y artículos científicos de revistas indexadas. Este análisis bibliográfico permitió identificar teorías, modelos y enfoques previamente establecidos que respaldaran y enriquecieran la comprensión del emprendimiento urbano, así como sus impactos en el desarrollo económico local.

Por último, se incorporó el marco legal, que implicó examinar las normativas y regulaciones pertinentes al emprendimiento en la parroquia y a nivel más amplio, considerando leyes, decretos y disposiciones que podrían influir en el entorno emprendedor. Esta perspectiva legal proporcionó un contexto normativo y contribuyó a delinear los límites y posibilidades para los emprendedores en el área de estudio.

3.6. Recolección de la información

Fuentes primarias: La recolección directa de datos se llevó a cabo mediante la aplicación de encuestas diseñadas específicamente para esta investigación. Los participantes en la encuesta fueron emprendedores de la parroquia 7 de Octubre, quienes proporcionaron información valiosa sobre diversos aspectos relacionados con el desempeño de sus negocios y su perspectiva sobre la incorporación de tecnología. Además, se realizó una observación directa en el campo para complementar y enriquecer los datos recopilados, permitiendo una comprensión más detallada de cómo se emplea la tecnología en sus emprendimientos.

Fuentes secundarias: Se llevó a cabo una revisión exhaustiva de fuentes secundarias, que incluyó la consulta de libros, revistas especializadas, artículos de revisión, investigaciones

originales, manuales divulgativos y otros documentos académicos relacionados con el emprendimiento y la integración de tecnología en negocios similares. Estas fuentes secundarias proporcionaron un respaldo teórico sólido, contextualizando la investigación en el marco de conocimientos previos y teorías existentes, así como validando los resultados obtenidos a partir de las fuentes primarias.

3.7. Procesamiento y análisis

Los datos recopilados a través de la encuesta fueron registrados en una hoja de cálculo utilizando Microsoft Excel 2019. Para realizar el análisis estadístico de los resultados, se empleó el software SPSS versión 29 de IBM (International Business Machines Corporation). Se calcularon las frecuencias absolutas y relativas de las variables consideradas en la encuesta. Los resultados se presentaron de manera sistemática y organizada en tablas de frecuencia, facilitando la interpretación y comprensión

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Saber lo que hay que hacer elimina el miedo.

Rosa Parks

Resultados

4.1. Situación actual de los emprendimientos urbanos en la parroquia 7 de Octubre

La Tabla 3, detalla aspectos clave relacionados con la gestión interna y organización, ventas y marketing, relaciones con clientes y proveedores, gestión financiera, recurso humano y percepción sobre la competencia en los negocios encuestados.

En lo que respecta a la gestión interna y organización, se observa que el 20.06% de los negocios cuenta con un plan de negocios formal, mientras que el 67.71% tiene claros sus objetivos y metas a corto y largo plazo. Además, el 63.01% indica que el negocio se adapta rápidamente a los cambios del entorno y del mercado.

En el ámbito de ventas y marketing, el 46.39% de los negocios tiene estrategias de marketing, y el 83.70% afirma tener una buena reputación y una imagen positiva en el mercado.

Con respecto a las relaciones con clientes, destaca que el 72.73% tiene un enfoque claro en la satisfacción del cliente, y el 81.82% mantiene relaciones cercanas buscando fidelidad. Sin embargo, solo el 10.97% ha realizado encuestas de satisfacción a los clientes.

En lo que respecta a las relaciones con proveedores, el 88.09% de los negocios mantiene relaciones sólidas con sus proveedores, y el 35.42% ha implementado medidas para fortalecer esas relaciones.

En gestión financiera, el 60.50% de los negocios considera tener una gestión responsable y eficaz, aunque el 77.43% ha enfrentado dificultades financieras en los últimos años. Solo el 35.11% tiene un sistema de control financiero y presupuesto, y el 57.05% ha recibido préstamos en los últimos 5 años para impulsar el negocio.

En cuanto al recurso humano, se destaca que el 70.53% de los negocios cuenta con personal experimentado y capacitado, y el 82.45% tiene personal comprometido.

Finalmente, en la percepción sobre la competencia, el 73.04% de los negocios percibe el nivel de competencia en el sector, y el 79.31% ha percibido una relación entre la competencia y el tiempo que un negocio está en el mercado.

Tabla 3. Aspectos clave en la gestión y desempeño de los emprendimientos en la parroquia 7 de Octubre

Aspectos	Preguntas	Si	No	Total
Gestión interna y organización	¿Cuenta su negocio con un plan de negocios formal?	64	255	319
	¿El negocio tiene claros sus objetivos y metas a corto y largo plazo?	216	103	319
	¿El negocio se adapta rápidamente a los cambios del entorno y del mercado?	201	118	319
Ventas y marketing	¿Cuenta con estrategias de marketing para atraer y promocionar su negocio?	148	171	319
	¿El negocio tiene una buena reputación y una imagen positiva en el mercado?	267	52	319
Relaciones con clientes	¿El negocio tiene un enfoque claro en la satisfacción del cliente?	232	87	319
	¿Mantiene relaciones cercanas con sus clientes y busca mantener su fidelidad?	261	58	319
	¿Ha realizado encuestas de satisfacción a los clientes para mejorar sus servicios?	35	284	319
Relaciones con proveedores	¿El negocio mantiene relaciones sólidas con sus proveedores?	281	38	319
	¿Se ha implementado medidas para fortalecer las relaciones con sus proveedores?	113	206	319
Gestión financiera	¿El negocio cuenta con una gestión financiera responsable y eficaz?	193	126	319
	¿Ha enfrentado dificultades financieras en los últimos años?	247	72	319
	¿Tiene un sistema de control financiero y presupuesto para gestionar los recursos?	112	207	319
	¿Ha recibido algún préstamo en los últimos 5 años para impulsar su negocio?	232	87	319
Recurso humano	¿El negocio cuenta con personal experimentado y capacitado?	225	94	319
	¿El negocio cuenta con personal comprometido con su trabajo?	263	56	319
Percepción sobre la competencia	¿Percibe el nivel de competencia en el sector?	233	86	319
	¿Ha percibido una relación entre competencia y el tiempo que un negocio está en el mercado?	253	66	319

Rol dentro de la organización

La Tabla 4 presenta el rol de las personas encargadas de dirigir los emprendimientos en la muestra analizada. Se pudo apreciar una distribución mayoritaria de la responsabilidad de dirección en manos de dueños y administradores, indicando una tendencia hacia la gestión directa de los propietarios y la delegación a administradores en la toma de decisiones en los emprendimientos analizados. Este hallazgo puede tener implicaciones en la toma de decisiones estratégicas, el enfoque operativo y la dinámica de liderazgo dentro de estos emprendimientos.

Tabla 4. Rol de la persona encarga de direccionar los emprendimientos

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Gerente	5	1.57
Dueño/propietario	141	44.2
Administrador	173	54.23
Total	319	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores de la parroquia 7 de Octubre del cantón Quevedo

Género de los emprendedores

En la Tabla 5, se muestra la distribución de los emprendedores de acuerdo a su género. Los resultados observados indican una relativa equidad de participación entre ambos géneros en el ámbito de los emprendimientos, sugiriendo que hombres y mujeres están involucrados de manera significativa en la iniciativa emprendedora en la muestra analizada.

Tabla 5. Género de los emprendedores encuestados

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Masculino	165	51.72
Femenino	154	48.28
Total	319	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores de la parroquia 7 de Octubre del cantón Quevedo

Rango de edad de los emprendedores

El análisis revela una distribución representativa de emprendedores en distintas etapas de sus carreras. El grupo de 30 a 40 años (32.29%) sugiere una presencia significativa en la fase inicial de emprendimiento. La mayoría considerable en el rango de 41 a 50 años (45.14%) indica una etapa intermedia, sugiriendo una combinación de experiencia y vitalidad emprendedora. El grupo de 51 a 60 años (21.32%) señala una presencia en etapas más avanzadas, posiblemente con mayor experiencia en el ámbito empresarial. La pequeña proporción de propietarios mayores de 60 años (1.25%) sugiere que incluso en etapas avanzadas de la vida laboral, algunos eligen emprender, posiblemente capitalizando su experiencia acumulada (Tabla 6).

Tabla 6. Rango de edad de los propietarios de emprendimientos

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
De 30 a 40 años	103	32.29
De 41 a 50 años	144	45.14
De 51 a 60 años	68	21.32
Más de 60 años	4	1.25
Total	319	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores de la parroquia 7 de Octubre del cantón Quevedo

Estado civil

El análisis de la Tabla 7 destaca la diversidad en el estado civil de los propietarios de emprendimientos. El 38.56% que se identifica como soltero indica una proporción significativa de emprendedores que aún no han contraído matrimonio. El 34.17% en una situación de unión libre refleja una presencia notable de emprendedores en relaciones no matrimoniales formales. La presencia de un 6.58% de emprendedores divorciados, aunque significativa, es menor en comparación con las categorías anteriores. En contraste, el 0.94% de emprendedores viudos revela una presencia limitada en esta situación marital. Estos resultados sugieren que el estado civil puede ser un factor relevante al explorar la diversidad de emprendedores y sus experiencias personales.

Tabla 7. Estado civil de los propietarios de emprendimientos

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Soltero	123	38.56
Unión libre	109	34.17
Casado	66	20.69
Divorciado	21	6.58
Viudo	3	0.94
Total	319	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores de la parroquia 7 de Octubre del cantón Quevedo

Nivel de formación académica

Al analizar la información de la Tabla 8, se pone de manifiesto la variabilidad en los niveles educativos de los propietarios de emprendimientos. Es evidente que la gran mayoría, representando un 78.37%, ha alcanzado la educación secundaria, destacando la preeminencia de emprendedores con este nivel de formación. Asimismo, un 21.32% posee educación de tercer nivel, indicando una proporción significativa de propietarios con formación académica superior. La presencia más modesta, con un 0.31%, de individuos con educación de cuarto nivel sugiere la participación de emprendedores altamente educados.

Tabla 8. Nivel de formación académica de los propietarios de emprendimientos

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Secundaria	250	78.37
Tercer nivel	68	21.32
Cuarto nivel	1	0.31
Total	319	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores de la parroquia 7 de Octubre del cantón Quevedo

Sector económico de los emprendimientos

La Tabla 9 destaca la predominancia del sector comercial entre los emprendimientos de la parroquia 7 de Octubre, constituyendo el 56.74% de la muestra. Este dato refleja una marcada inclinación hacia actividades comerciales dentro de la comunidad emprendedora, indicando una fuerte presencia y relevancia económica en este ámbito. Además, el sector de servicios también muestra una presencia notable, representando el 22.57%, lo que sugiere una diversificación en las áreas de servicio. En términos de actividades productivas, el sector

de producción exhibe una participación significativa, abarcando el 15.05% de los emprendimientos encuestados. Esto apunta a una presencia equilibrada de actividades productivas junto con las comerciales y de servicios, contribuyendo a la variedad económica de la parroquia. En contraste, el sector tecnológico se presenta con un 3.13%, indicando que una proporción relativamente menor de emprendedores se dedica a actividades relacionadas con la tecnología. Por último, la industria tiene una representación más modesta, con un 2.51%, sugiriendo una participación más limitada en comparación con otros sectores.

Tabla 9. Sector económico en el que se desenvuelven los emprendimientos

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Servicios	72	22.57
Producción	48	15.05
Tecnología	10	3.13
Industria	8	2.51
Comercial	181	56.74
Total	319	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores de la parroquia 7 de Octubre del cantón Quevedo

Tamaño de los emprendimientos

Según los datos presentados en la Tabla 10, todos los emprendimientos analizados se enmarcan dentro de la categoría de microempresas, lo que significa que no hay variabilidad en el tamaño de los emprendimientos dentro de la muestra. Es un hallazgo significativo para entender la composición de la muestra y sugiere que, en el contexto específico analizado, los emprendimientos predominantes son de tamaño microempresa. Esto subraya la importancia de implementar estrategias y programas de apoyo específicos, como acceso a financiamiento adecuado, programas de capacitación empresarial y redes colaborativas, para fortalecer y potenciar el crecimiento sostenible de estos emprendimientos en particular.

Tabla 10. Tamaño de los emprendimientos

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Microempresa	319	100.00
Total	319	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores de la parroquia 7 de Octubre del cantón Quevedo

Origen de los emprendimientos

La Tabla 11 revela que la gran mayoría de los emprendimientos en la parroquia 7 de Octubre, representando un 96.87%, tienen su origen en la creación propia. En contraste, solo un 3.13% de los emprendimientos tienen su origen en herencia, señalando una presencia más limitada de negocios que han sido transmitidos o heredados generacionalmente.

Tabla 11. Origen de los emprendimientos

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Por herencia	10	3.13
Creación propia	309	96.87
Total	319	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores de la parroquia 7 de Octubre del cantón Quevedo

Ocurrencia de incremento de las ventas desde los inicios de los emprendimientos

En cuanto a la evolución de las ventas desde los inicios de los emprendimientos en la parroquia 7 de Octubre, se observa que el 50.47% de la muestra indica que no ha experimentado un incremento en las ventas. Por otro lado, el 49.53% indicó que sí ha habido un aumento en las ventas desde el inicio de los negocios (Tabla 12).

Tabla 12. Ocurrencia de incremento de las ventas desde los inicios de los emprendimientos

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
No	161	50.47
Si	158	49.53
Total	319	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores de la parroquia 7 de Octubre del cantón Quevedo

Consideración de la existencia de suficientes oportunidades de crecimiento y desarrollo para emprendimientos urbanos

En relación a la consideración de la existencia de suficientes oportunidades de crecimiento y desarrollo para emprendimientos, el 48.90% indicó afirmativamente que sí existen tales oportunidades. Por otro lado, el 51.10% indica que no considera que haya

suficientes oportunidades de crecimiento y desarrollo para los emprendimientos urbanos en la zona (Tabla 13).

Tabla 13. Consideración de la existencia de suficientes oportunidades de crecimiento y desarrollo para emprendimientos urbanos

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	156	48.90
No	163	51.10
Total	319	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores de la parroquia 7 de Octubre del cantón Quevedo

Análisis y discusión:

La caracterización de los emprendimientos es de mucha importancia para identificar la situación actual de los mismos considerando las condiciones del entorno. Para esto se ha tomado como referencia los resultados obtenidos por el GEM (2019) a fin de analizar estos datos y realizar comparaciones con los resultados de la encuesta aplicada a los emprendedores de la parroquia 7 de Octubre. El 48,28% de los emprendedores de la Parroquia 7 de octubre corresponde al género femenino, comparado con el promedio del estudio a nivel nacional que está en un rango de entre 38% y 47,7%. Esto coincide con lo expresado por Díaz (2016), en lo referente a la brecha que sigue existiendo en el cuidado, atención y dedicación entre hombres y mujeres. El género permite conocer si existe una participación equitativa entre hombres y mujeres en el emprendimiento urbano; de tal manera que contribuya a promover la participación de las mujeres en el desarrollo económico de la comunidad. En lo relacionado a la edad, los emprendedores de la Parroquia de estudio oscilan entre 41-50 el 45.14% del total y de entre 30 y 40 años el 32,29%; sin embargo, en el estudio realizado a nivel nacional demuestra que los emprendedores en edades de entre 25-35 años son los propietarios de emprendimientos correspondientes al grupo de Tasa Emprendedora Temprana (TEA), Nacientes y Nuevos, y los emprendedores en edades de entre 45 y 54 años corresponden al grupo de emprendimientos establecidos. El nivel de educación a nivel nacional coincide con el presente estudio, la mayoría de los emprendedores tienen un nivel de educación secundaria. Este indicador ayuda a evaluar el impacto de la educación en el éxito empresarial; además, permite identificar si existen brechas educativas que puedan limitar el acceso a oportunidades empresariales y determinar qué tipo de capacitación y apoyo necesitan. Autores como Fairlie y Robb (2009) identifican una relación positiva entre el nivel educativo y los resultados obtenidos con la actividad

emprendedora; sin embargo, otros autores observan que el nivel de estudios no afecta a los resultados de dicha actividad, como tampoco es decisivo el género (Grilo e Irigoyen, 2006). Y por último, a nivel nacional la mayoría de los emprendimientos se encuentran ubicados en la zona urbana.

4.2. Factores que impulsan o limitan el crecimiento de los emprendimientos urbanos de la parroquia 7 de Octubre

Existencia de barreras regulatorias o trámites burocráticos que dificultan el desarrollo del negocio

Según los datos proporcionados, los resultados de la encuesta revelan diversas opiniones entre los encuestados en relación con la existencia de barreras regulatorias o trámites burocráticos que dificultan el desarrollo del negocio. Un 20.69% de los encuestados manifestaron estar totalmente en desacuerdo con estas barreras y trámites, lo que indica una fuerte oposición a su existencia. Por otro lado, un 18.18% de los encuestados expresaron estar en desacuerdo, lo que sugiere una disconformidad, pero quizás no tan enfática como en el caso anterior. Además, un 21.63% de los encuestados se mostraron indiferentes ante esta situación, lo cual puede interpretarse como una falta de interés o preocupación en relación con las barreras y trámites mencionados. En contraste, un 18.81% de los encuestados estuvieron de acuerdo con la existencia de estas barreras y trámites, lo que sugiere que consideran que son necesarios o beneficiosos para el desarrollo del negocio. Finalmente, otro 20.69% de los encuestados manifestaron estar totalmente de acuerdo, lo que indica un fuerte apoyo a la existencia de estas barreras y trámites (Tabla 14).

Tabla 14. Existencia de barreras regulatorias o trámites burocráticos que dificultan el desarrollo del negocio

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Totalmente en desacuerdo	66	20.69
En desacuerdo	58	18.18
Indiferente	69	21.63
De acuerdo	60	18.81
Totalmente de acuerdo	66	20.69
Total	319	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores de la parroquia 7 de Octubre del cantón Quevedo

Desafíos o dificultades al establecer y operar el negocio

La inseguridad o falta de medidas de seguridad es la preocupación más destacada, mencionada por el 49.53%, la imposición de impuestos elevados fue manifestada por el 0.31%. La falta o limitada promoción y apoyo por parte de instituciones es señalada como un desafío por el 15.05% de los encuestados, mientras que la escasez de acceso a financiamiento y crédito es mencionada por el 26.65% de los emprendedores (Tabla 15).

Tabla 15. Principales desafíos o dificultades al establecer y operar el negocio

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Inseguridad o falta de medidas de seguridad	158	49.53
Imposición de impuestos elevados	1	0.31
Falta o limitada promoción y apoyo por parte	48	15.05
Escasez de acceso o financiamiento o crédito	85	26.65
Competencia intensa de otros negocios en la	27	8.46
Total	319	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores de la parroquia 7 de Octubre del cantón Quevedo

Efecto de la inestabilidad política del país en el desempeño y crecimiento de los emprendimientos

La pregunta planteada a los emprendedores de la parroquia 7 de Octubre sobre si consideran que la inestabilidad política del país en los últimos años ha afectado el desempeño y crecimiento de sus negocios revela opiniones variadas. Un 50.16% está de acuerdo en que la inestabilidad política ha tenido un impacto negativo, mientras que un 26.33% está totalmente de acuerdo con esta afirmación. Por otro lado, un 18.18% muestra indiferencia ante este tema, y un 5.33% está en desacuerdo o totalmente en desacuerdo (Tabla 16).

Tabla 16. Efecto de la inestabilidad política del país en el desempeño y crecimiento de los emprendimientos

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Totalmente en desacuerdo	6	1.88
En desacuerdo	11	3.45
Indiferente	58	18.18
De acuerdo	160	50.16
Totalmente de acuerdo	84	26.33
Total	319	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores de la parroquia 7 de Octubre del cantón Quevedo

Consideración en que los impuestos en el país afectan el desempeño y supervivencia de los negocios

La evaluación de los emprendedores de la parroquia 7 de Octubre respecto a si consideran que los impuestos en el país afectan el desempeño y supervivencia, reflejó que un 42.01% está de acuerdo, mientras que un 29.78% está totalmente de acuerdo con esta afirmación. En contraste, un 5.64% está totalmente en desacuerdo, y un 7.52% está en desacuerdo. Además, un 15.05% muestra indiferencia ante este tema (Tabla 17).

Tabla 17. Consideración en que los impuestos en el país afectan el desempeño y supervivencia de los negocios

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Totalmente en desacuerdo	18	5.64
En desacuerdo	24	7.52
Indiferente	48	15.05
De acuerdo	134	42.01
Totalmente de acuerdo	95	29.78
Total	319	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores de la parroquia 7 de Octubre del cantón Quevedo

Consideración en que el crecimiento económico del cantón Quevedo ha influenciado en la demanda de productos/servicios de los emprendimientos

Un 36.36% está totalmente de acuerdo en que el crecimiento económico ha influido positivamente, mientras que un 29.47% está de acuerdo con esta afirmación. Por otro lado,

un 6.58% está totalmente en desacuerdo, y un 10.66% está en desacuerdo. Además, un 16.93% muestra indiferencia ante este tema (Tabla 18).

Tabla 18. Consideración en que el crecimiento económico del cantón Quevedo ha influenciado en la demanda de productos/servicios de los emprendimientos

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Totalmente en desacuerdo	21	6.58
En desacuerdo	34	10.66
Indiferente	54	16.93
De acuerdo	94	29.47
Totalmente de acuerdo	116	36.36
Total	319	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores de la parroquia 7 de Octubre del cantón Quevedo

Efecto de la inseguridad en el desempeño y crecimiento de los emprendimientos

La percepción de los emprendedores de la parroquia 7 de Octubre sobre el impacto de la inseguridad en el ámbito local en el desempeño y crecimiento de sus negocios refleja diversas opiniones. Respecto a esto, un 35.74% está de acuerdo en que la inseguridad tiene un impacto negativo, mientras que un 30.72% muestra total acuerdo con esta afirmación. Por otro lado, un 5.64% está totalmente en desacuerdo y un 11.91% está en desacuerdo. Además, un 15.99% mostró indiferencia ante esta problemática (Tabla 19).

Tabla 19. Efecto de la inseguridad en el desempeño y crecimiento de los emprendimientos

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Totalmente en desacuerdo	18	5.64
En desacuerdo	38	11.91
Indiferente	51	15.99
De acuerdo	114	35.74
Totalmente de acuerdo	98	30.72
Total	319	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores de la parroquia 7 de Octubre del cantón Quevedo

Incorporación de tecnología para un mejor desempeño de los emprendimientos

La pregunta sobre la incorporación de tecnología para mejorar el desempeño de los emprendimientos muestra que la mayoría de los encuestados, un 92.48%, ha optado por integrar tecnología en sus negocios. Por el contrario, un 7.52% indica que no ha incorporado tecnología para mejorar el rendimiento de sus emprendimientos (Tabla 20).

Tabla 20. Incorporación de tecnología para un mejor desempeño de los emprendimientos

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	295	92.48
No	24	7.52
Total	319	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores de la parroquia 7 de Octubre del cantón Quevedo

Análisis y Discusión

La información revela un panorama diverso y desafiante para los emprendedores en la parroquia 7 de Octubre del cantón Quevedo. Aunque existe una alta adopción de tecnología entre los emprendedores, indicando una disposición a la innovación, también se destacan preocupaciones significativas. La prevalencia de propietarios de emprendimientos con educación de nivel secundario sugiere una brecha educativa que podría afectar la capacidad de los empresarios para enfrentar desafíos complejos.

La inseguridad, tanto en términos de medidas de seguridad como de inestabilidad política, emerge como un problema crítico que impacta negativamente en el desempeño de los negocios. Además, la percepción general de barreras regulatorias y trámites burocráticos, así como la preocupación por la carga impositiva, señalan áreas clave para mejoras en el entorno empresarial.

La carencia de promoción y apoyo por parte de instituciones y la escasez de acceso a financiamiento también son desafíos importantes que podrían requerir intervenciones específicas para impulsar el desarrollo empresarial. En general, se destaca la necesidad de enfoques holísticos que aborden no solo aspectos tangibles como la tecnología y el acceso a financiamiento, sino también factores intangibles como la seguridad y la estabilidad política. Establecer políticas educativas y de apoyo que aborden estas preocupaciones podría

contribuir significativamente al fortalecimiento y crecimiento sostenible de los emprendimientos en la región.

4.3. Contribución de los emprendimientos urbanos en el desarrollo económico de la parroquia 7 de octubre.

Consideración acerca de que la incorporación de tecnología juega un rol importante en el crecimiento de los negocios

Abordando la consideración acerca de si la incorporación de tecnología desempeña un papel esencial en el crecimiento de los negocios de la parroquia 7 de Octubre, se observa una diversidad de opiniones entre los emprendedores. El 36.68% muestra un total acuerdo con la afirmación, mientras que el 24.14% está de acuerdo. En contraste, el 12.85% expresa desacuerdo y el 7.21% está totalmente en desacuerdo. Además, un 19.12% manifiesta indiferencia ante este asunto (Tabla 21).

Tabla 21. Incorporación de tecnología para un mejor desempeño de los emprendimientos

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Totalmente de acuerdo	117	36.68
De acuerdo	77	24.14
Indiferente	61	19.12
En desacuerdo	41	12.85
Totalmente en desacuerdo	23	7.21
Total	319	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores de la parroquia 7 de Octubre del cantón Quevedo

Número de personas que laboran en los emprendimientos

Con respecto al tamaño de los emprendimientos en la parroquia 7 de Octubre, se destaca que un 57.37% de la muestra indica que la mayoría de los negocios cuentan con entre 1 y 3 personas. En segundo lugar, el 36.99% de los emprendimientos tienen entre 4 y 6 personas laborando, evidenciando una proporción significativa de negocios que emplean a un número moderado de personas. Por último, aquellos emprendimientos en los que laboran de 7 a 9 personas, representan el 5.64% de la muestra (Tabla 22).

Tabla 22. Número de personas que laboran en los emprendimientos

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
De 1 a 3 personas	183	57.37
De 4 a 6 personas	118	36.99
De 7 a 9 personas	18	5.64
Total	319	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores de la parroquia 7 de Octubre del cantón Quevedo

Motivos para la creación de los emprendimientos

La mayoría de los emprendimientos, representando el 52.35% de la muestra, surgieron como respuesta a la escasez de empleo, indicando que una parte significativa de los emprendedores optó por iniciar sus propios negocios ante la ausencia de oportunidades laborales formales. Por otro lado, el 47.02% de los emprendimientos se crearon por necesidad, revelando que muchos emprendedores iniciaron sus negocios para satisfacer necesidades específicas. En contraste, la categoría de tradición tiene una presencia más limitada, representando solo el 0.63% de la muestra (Tabla 23).

Tabla 23. Motivos para la creación de los emprendimientos

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Escasez de empleo	167	52.35
Necesidad	150	47.02
Tradición	2	0.63
Total	319	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores de la parroquia 7 de Octubre del cantón Quevedo

Antigüedad de operaciones

Como se puede apreciar en la Tabla 24, la mayoría de los negocios tienen menos de 5 años, representando un considerable 39.81% de la muestra. Adicionalmente, se observa que el 20.69% de los emprendimientos tienen una antigüedad de 5 a 9 años, indicando una proporción sustancial de negocios que han superado la fase inicial de sus operaciones. Por otro lado, los emprendimientos con 10 a 14 años representan el 12.85%, mientras que aquellos con 15 a 19 años constituyen el 14.11%.

Tabla 24. Sector económico en el que se desenvuelven los emprendimientos

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Menos de 5 años	127	39.81
De 5 a 9 años	66	20.69
De 10 a 14 años	41	12.85
De 15 a 19 años	45	14.11
Total	319	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a emprendedores de la parroquia 7 de Octubre del cantón Quevedo

Análisis estadístico No paramétrico para relacionar variables: Chi cuadrado

Este estudio permitió realizar un análisis no paramétrico entre variables a fin de identificar relaciones entre las mismas para fortalecer la investigación y demostrar la contribución de los emprendimientos urbanos en el desarrollo económico de la parroquia 7 de Octubre.

Nivel de significancia entre la variable nivel de estudios y años de vigencia del emprendimiento en el mercado.

Dado que los datos estadísticos no siguen una distribución normal, se consideró la posibilidad de utilizar un método estadístico no paramétrico en este caso. Para ello, se llevó a cabo un análisis de Chi cuadrado para examinar la relación entre dos variables: nivel de estudios y años de vigencia en el mercado. El valor obtenido en el modelo de Chi cuadrado fue de 36.796, lo cual indica que la diferencia observada entre la motivación para emprender y el tamaño del negocio no es estadísticamente significativa (0.987). En otras palabras, no existen pruebas suficientes para concluir que el nivel de estudios tenga un impacto positivo los años de vigencia en el mercado. Es decir, las razones para emprender, en este caso la "falta de empleo y necesidad", parecen obstaculizar las motivaciones del emprendedor para desarrollar su negocio a mediano y largo plazo.

Tabla 25. Nivel de significancia entre la variable nivel de estudios y años de vigencia del emprendimiento en el mercado.

Parámetros	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi -cuadrado de Pearson	36.796	58	0.987
Razón de verosimilitud	34.871	58	0.993
Asociación lineal por lineal	0.052	1	0.819
N de casos válidos	319		

Nivel de significancia entre las variables nivel de estudios y ventas.

Dado que los datos estadísticos no siguen una distribución normal, se consideró utilizar un método estadístico no paramétrico para analizar la relación entre dos variables: nivel de estudios y ventas. Se aplicó una prueba de Chi cuadrado y se obtuvo un valor de 2.057 en el modelo, lo cual indica que la diferencia observada entre la motivación para emprender y el tamaño del negocio no es estadísticamente significativa (0.358). En otras palabras, no hay suficiente evidencia para concluir que el nivel de estudios tiene un impacto positivo en las ventas.

Tabla 26. Nivel de significancia entre las variables nivel de estudios y ventas

Parámetros	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi -cuadrado de Pearson	2.057	2	0.358
Razón de verosimilitud	2.445	2	0.294
Asociación lineal por lineal	1.536	1	0.215
N de casos válidos	319		

Nivel de significancia entre la variable motivaciones para la creación del negocio y tamaño del negocio.

Considerando que los datos estadísticos no siguen una distribución normal, se analizó, en este caso, utilizar un método estadístico no paramétrico, para ello se realizó un Chi cuadrado para relacionar dos variables, las cuales son: motivaciones para la creación del negocio y tamaño del negocio. El valor dentro del modelo chi cuadrado es de 3.313 esto indica que la diferencia observada entre la motivación para emprender y el tamaño del negocio no es estadísticamente significativa (0.189). En otras palabras, no hay evidencia suficiente para concluir que la motivación incide positivamente en el tamaño del negocio; es decir que, a causa de las razones para emprender, en este caso a causa de “falta de empleo y necesidad” impiden que el emprendedor tenga motivaciones para desarrollar su negocio a mediano y largo plazo.

Tabla 27. Nivel de significancia entre la variable motivaciones para la creación del negocio y tamaño del negocio.

Parámetros	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi -cuadrado de Pearson	3.331	2	0.189
Razón de verosimilitud	3.562	2	0.168
Asociación lineal por lineal	2.725	1	0.099
N de casos válidos	319		

Discusión

La evaluación correspondiente al impacto de los emprendimientos urbanos en el desarrollo económico de la parroquia 7 de octubre tiene gran relevancia para la presente investigación. Permite comprender el rol que desempeñan los emprendimientos en el desarrollo económico de la parroquia. Al evaluar el impacto se evidencian los efectos positivos y negativos que estos emprendimientos tienen en la economía local. Esto incluye: generación de empleo, aumento de la actividad económica, impulso al desarrollo local e inversión. Adicionalmente, esta información podría aportar a la implementación de políticas y programas destinados a fortalecer el ecosistema emprendedor, brindar capacitación y financiamiento a los emprendedores urbanos. Este análisis coincide con lo mencionado por Flor (2017):

Sobre la relación entre el emprendimiento y el crecimiento económico se puede sistematizar teniendo en cuenta los canales a través de los cuales se materializa dicha relación difusión del conocimiento, incremento de la productividad, generación de empleo y cómo dicha relación está mediada por tipos de empresas emprendimientos y niveles de desarrollo económico-empresarial. (p.37). En lo relacionado a las motivaciones para emprender, los emprendedores urbanos de la parroquia 7 de octubre respondieron en un 99,37% que los motivó a emprender la necesidad y la ausencia de empleo. Estos resultados se contrastaron con los datos del GEM (2019) donde se evidencia que la motivación para emprender es la escasez de empleo. Van Stel, Carree y Thurik (2007) realizaron un intento de evaluar los impactos de diferentes políticas de emprendimiento en los niveles de emprendedores que están comenzando y en nuevos negocios. Los resultados indicaron la importancia de examinar las conexiones entre las condiciones necesarias para emprender, ya sean aquellos motivados por oportunidad o necesidad. Por otro lado, en el estudio realizado por Wong, Ho

y Autio (2005), se estableció que el emprendimiento de alto potencial tiene una influencia significativa en el crecimiento económico. Se encontró, además, que el emprendimiento por necesidad no tiene ningún impacto en el crecimiento económico, a diferencia del emprendimiento por oportunidad.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Invertir en conocimientos produce siempre los mejores beneficios.

Benjamin Franklin

5.1. Conclusiones

En el diagnóstico de los emprendimientos en la parroquia 7 de Octubre se reveló una variedad de características y desafíos. Los emprendimientos encuestados pertenecen al grupo de micro y pequeñas empresas. Exponen una fuerte presencia en el sector comercial, con una gestión financiera y de relaciones con clientes y proveedores que podría mejorarse. Aunque la mayoría de los emprendedores tienen claros sus objetivos, la ausencia de un plan de negocios formal y las dificultades financieras representan desafíos significativos. Por otro lado, aunque la participación de las mujeres es alta, todavía existe una brecha de género en el emprendimiento. La escasez de empleo; es decir la ausencia de oportunidades laborales, es un aspecto que se revela como motivación para emprender evidenciado con el casi 40% correspondiente a los emprendimientos del grupo de Tasa Emprendedora Temprana (TEA), Nacientes y Nuevos; lo que significa un riesgo de desaparecer en cuanto estos emprendedores logren la inserción laboral.

La identificación de los factores internos y externos afectan significativamente el desarrollo de los emprendimientos por cuanto permite comprender el entorno empresarial en el que se desenvuelven. Es de gran importancia la identificación de las oportunidades y amenazas, evaluar al interior cuáles son los aspectos en los que están fortalecidos y también los aspectos que muestran debilidad. Dentro de los principales hallazgos se destaca que la prevalencia de propietarios de emprendimientos con educación de nivel secundario sugiere una brecha educativa que podría afectar la capacidad de los empresarios para enfrentar desafíos complejos. La inseguridad, tanto en términos de medidas de seguridad como de inestabilidad política, emerge como un problema crítico que impacta negativamente en el desempeño de los negocios. Además, la percepción general de barreras regulatorias y trámites burocráticos, así como la preocupación por la carga impositiva, señalan áreas clave para mejoras en el entorno empresarial. La escasez de promoción y apoyo por parte de instituciones y la escasez de acceso a financiamiento también son desafíos importantes que podrían requerir intervenciones específicas para impulsar el desarrollo empresarial.

El estudio sobre la contribución de los emprendimientos urbanos con el desarrollo económico de la parroquia 7 de Octubre revela que estos emprendimientos desempeñan un papel significativo en la generación de empleo local, el impulso de la actividad económica

y la mejora de la calidad de vida de los residentes. La mayoría de los emprendimientos surgieron debido a la escasez de empleo y la necesidad. La incorporación de tecnología se percibe como un factor importante para el crecimiento de los negocios. Sin embargo, el análisis estadístico no paramétrico no encontró una relación significativa entre el nivel de estudios de los emprendedores y el tiempo de vigencia del emprendimiento, las ventas o el tamaño del negocio.

5.2. Recomendaciones

Realizar evaluaciones periódicas y exhaustivas de las condiciones y desafíos que enfrentan los emprendimientos locales, incorporando la retroalimentación directa de los empresarios para obtener una comprensión completa de su realidad. Fomentar la participación equitativa de hombres y mujeres en el emprendimiento urbano de la Parroquia 7 de Octubre, con el fin de promover el desarrollo económico de la comunidad. Asimismo, se sugiere evaluar el impacto del nivel educativo en el éxito empresarial, identificar posibles brechas educativas y brindar la capacitación y apoyo necesarios para impulsar los emprendimientos. Estas acciones podrían contribuir a fortalecer el tejido empresarial de la parroquia y fomentar un entorno favorable para el emprendimiento.

Es fundamental llevar a cabo un análisis detallado de los factores impulsores y limitantes, destacando la necesidad de implementar estrategias específicas para fortalecer los aspectos positivos y abordar de manera efectiva las barreras identificadas. En general, se destaca la necesidad de enfoques holísticos que aborden no solo aspectos tangibles como la tecnología y el acceso a financiamiento, sino también factores intangibles como la seguridad y la estabilidad política. Establecer políticas educativas y de apoyo financiero que aborden estas preocupaciones podría contribuir significativamente al fortalecimiento y crecimiento sostenible de los emprendimientos en la región.

Dado que la mayoría de los emprendimientos surgieron debido a la escasez de empleo y la necesidad, es crucial implementar políticas y programas destinados a fortalecer el ecosistema emprendedor en la zona. Esto podría incluir la provisión de capacitación y financiamiento a los emprendedores urbanos. Además, la diversidad de opiniones sobre la incorporación de tecnología sugiere la necesidad de brindar asesoramiento y apoyo en este

aspecto, con el fin de fomentar el crecimiento de los negocios a través de la tecnología y potenciar la innovación. Asimismo, la ausencia de relación significativa entre el nivel de estudios de los emprendedores y el tiempo de vigencia del emprendimiento, las ventas o el tamaño del negocio, indica la importancia de brindar oportunidades de emprendimiento a personas con diversos niveles educativos, y no solo a aquellos con estudios superiores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adrianzén-Guerrero, R., Carranza-Guerrero, B., Barrantes-Carrasco, J., & Bravo-González, K. (2022). La nueva gestión pública: La respuesta para un estado eficiente y eficaz. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar* 6(5): 5648-5658.
- Aguilar, V., & Briozzo, A. (2020). Empresas familiares: Estructura de capital y riqueza socioemocional. *Investigación Administrativa* 49(125): e12507.
- Aguilar-Zuluaga, I. (2018). Principios de desarrollo económico. Tercera edición. ECOE Ediciones. Bogotá - Colombia. 24 p.
- Alcaraz-Rodríguez, R. (2020). El emprendedor de éxito. McGraw-Hill Interamericana. México DF - México. 308 p.
- Álvarez, J., Barreto, G., & Granoble, P. (2021). Emprendimientos por necesidad: Un análisis a su competitividad en las MIPYMES ecuatorianas. *Polo del Conocimiento* 6(3): 1647-1663.
- Araque, W., Rivera, J., & Argüello, A. (2021). El estímulo del emprendimiento desde las políticas públicas. Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. Quito - Ecuador. 17 p.
- Areque-Jaramillo, W. (2021). Perfil del emprendedor ecuatoriano. Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador. Quito - Ecuador. 29 p. Obtenido de <https://www.uasb.edu.ec/observatorio-pyme/wp-content/uploads/sites/6/2021/04/No.-27-El-ciclo-del-emprendimiento-y-el-perfil-del-emprendedor.pdf>
- Arista, R., & De la Garza, M. (2020). Innovación en la empresa familiar: observaciones teóricas y empíricas para futuras investigaciones. *Revista Nacional de Administración* 11(1): 47-59.
- Asamblea Nacional. (2011). Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. Asamblea Nacional. Quito - Ecuador. 48 p.
- Asamblea Nacional. (2015). Código Orgánico de Organización Territorial. Asamblea Nacional. Quito - Ecuador. 250 p.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Asamblea Nacional Constituyente. Montecristi - Ecuador. 119 p.
- Ávila-Angulo, E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Revista Investigación y Negocios* 14(23): 32-48.

- Baque-Villanueva, L., Viteri-Intriago, D., Álvarez-Gómez, L., & Izquierdo-Morán, A. (2020). Plan de negocio para emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria. *Revista Universidad y Sociedad* 12(4): 120-125.
- Barroso-Martínez, A. (2014). ¿Por qué desaparecen las empresas familiares extremeñas? *GeoGraphos* 5(60): 98-132.
- Boza, J., & Manjarez, N. (2016). Gestión de emprendimiento de Economía Popular y Solidaria para potenciar un desarrollo comunitario local. *Avances* 18(1): 66-75.
- Calva, D., Galarza, A., & Sare, F. (2019). Las redes sociales y las relaciones interpersonales de las nuevas generaciones de ecuatorianos. *Conrado* 15(66): 31-37.
- Camino, S., & Bermudez, N. (2018). Las empresas familiares en el Ecuador: Definición y aplicación metodológica. *X-Pedientes Económicos* 2(3): 1-24.
- Ceballos-Mina, O. (2022). Fuentes de crédito y financiamiento del consumo de los hogares mexicanos en 2020. *Análisis Económico* 37(94): 43-62.
- Cedeño, J., & Sánchez, A. (2021). El impacto socioeconómico del Ecuador y su relación con el Fondo Monetario Internacional durante el Covid-19. *Journal of Business and Entrepreneurial Studies* 5(2): 7-17.
- Cevallos, C., Raura, J., Cejas, M., & Maya, A. (2016). Emprendimiento por oportunidad en el contexto del cambio de la matriz productiva: Una estrategia innovadora. *Visión Gerencial* (2): 305-318.
- Chango, J., & Lara, E. (2020). Marketing de contenido como estrategia para el aumento de ventas en tiempos de COVID-19. *Digital Publisher CEIT* 5(6): 131-142.
- Chicaiza, J., Guevara, L., Ochoa, A., & Zambrano, W. (2023). Plan de negocios para la creación de un modelo de coworking para el sector textil en la parroquia de Calderón, en el año 2023. Universidad Internacional del Ecuador. Quito - Ecuador. 118 p.
- Cruz, C., & Justo, R. (2017). Portfolio entrepreneurship as a mixed gamble: A winning bet for family entrepreneurs in SMEs. *Journal of Small Business Management* 55(4): 571-593.
- Dávila, H., Palacios, I., Peña, H., & Valencia, J. (2019). Trade marketing como estrategia de posicionamiento empresarial. *Revista de Ciencias Sociales* 25(1): 130-145.
- Dávila-Morán, R., Visurraga-Camargo, L., López-Gómez, H., & Agüero-Corzo, E. (2022). Capacidades emprendedoras y ambientes virtuales de aprendizaje en estudiantes universitarios de pregrado de una Universidad limeña. *Conrado* 18(86): 66-75.

- De la Cruz, M., & Roca, M. (2022). Emprendimientos liderados por mujeres en los cantones de la ruta del arroz: Estudio comparativo de género y motivaciones. Universidad de Guayaquil. Guayaquil - Ecuador. 69 p.
- Delgado, J., & Estellés, N. (2020). La economía aplicada: Políticas económicas de los Gobiernos. J.M. Bosch Editor. Barcelona - España. 292 p.
- Dills, R. (2019). Nueva generación de emprendedores. Editorial El Grano de Mostaza. Barcelona - España. 318 p.
- Elson, C. (2022). Nuevos modelos de negocio: Emprendimiento en la era de la tecnología. Editorial Universitat Oberta de Catalunya. Cataluña - España. 138 p. Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/libros/libro/nuevos-modelos-de-negocio-emprendimiento-en-la-era-de-la-tecnologia-9788491809005>
- Espinosa, V. (2023). Principios modernos de economía del desarrollo: Teoría y práctica. Unión Editorial. Madrid - España. 544 p.
- Espinoza, B., & Salazar, C. (2021). Análisis de ley de emprendimiento e innovación enfocada a contribuir al desarrollo empresarial en microempresas de la ciudad de Guayaquil. Universidad de Guayaquil. Guayaquil - Ecuador. 105 p.
- Feijó-Cuenca, N., Feijó-Cuenca, T., Salazar-Cobeña, G., & Moreira-Vélez, J. (2020). Formación emprendedora y mejoramiento empresarial. Dominio de las Ciencias 6(2): 782-802.
- Félix, M., Husted, B., & Aigner, D. (2017). Opportunity discovery and creation in social entrepreneurship: An exploratory study in Mexico. Journal of Business Research 81: 212-220.
- GAD Municipal del cantón Quevedo. (2013). Ordenanza que norma y regula el uso, conservación y ocupación de espacios públicos y vía pública del cantón Quevedo. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Quevedo. Quevedo - Ecuador. 40 p.
- García, J., Tumbajulca, I., & Cruz, J. (2021). Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19. Comuni@cción 12(2): 99-110.
- García, M., Zerón, M., & Sánchez, Y. (2018). Factores de entorno determinantes del emprendimiento en México. Entramado 14(1): 88-103.
- Hernández-Muñoz, M. (2023). Factores determinantes de emprendimiento en estudiantes universitarios. Mundo Contable Empresarial 2(1): 45-54.

- Izquieta, L. (2022). Ecosistemas de emprendimiento e innovación y su influencia en la sostenibilidad de las startups en el Ecuador. Universidad Politécnica Salesiana. Guayaquil - Ecuador. 21 p.
- Jiménez-Coronado, A. (2020). El emprendimiento y la felicidad urbana: Un estudio empírico en la retención de los jóvenes emprendedores en la ciudad de Barranquilla – Colombia. Universidad del Norte. Barranquilla - Colombia. 331 p.
- Jordán-Aguirre, J., Serrano-Orellana, B., Pacheco-Molina, A., & Brito-Gaona, L. (2016). Capacidad emprendedora desde la perspectiva de género. *Opción* 32(81): 238-261.
- León, L. (2020). Economía popular y solidaria en el emprendimiento y su impacto económico. *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación* 7(2): 110-117.
- Llorente-Portillo, C. (2023). La política europea de desarrollo de competencias para la sostenibilidad, la justicia social y la resiliencia: El rol del emprendimiento. *Revista de la Facultad de Derecho de México* 73(286): 445-468.
- López, G., & Rivera, J. (2020). De la teoría a la práctica: El emprendimiento en Ecuador en época de COVID-19. *Revista de Investigación y Desarrollo I+D* 12(1): 26-37.
- López, J., & Garza, M. (2020). La creación de valor a través de la planeación estratégica en microempresas emprendedoras. *Contaduría y Administración* 65(3): e00009.
- Mackay-Castro, C., Escalante-Bourne, T., Mackay-Véliz, R., & Escalante-Ramírez, T. (2021). Importancia del marketing para el posicionamiento de los emprendimientos en Ecuador. *Revista Publicando* 8(31): 142-152.
- Maldonado-Román, M., Duarte-Torres, M., Cabrera-González, V., & Jiménez-Salinas, E. (2020). Emprendimientos familiares: Fortalezas y debilidades para su continuidad. *De Gerencia* 25(3): 563-571.
- Méndez, J., Méndez, M., & Bolaños, C. (2022). Emprendimientos sociales y su efecto en la reactivación económica en tiempos de pandemia. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuSo)* 7(3): 31-45.
- Mullo, Á. (2022). Los emprendimientos como alternativa de desarrollo local en el cantón Guamote, provincia de Chimborazo. Universidad Nacional de Chimborazo. Riobamba - Ecuador. 146 p.
- Mullo-Parco, Á. (2022). Los emprendimientos como alternativa de desarrollo local en el cantón Guamote, provincia de Chimborazo. Universidad Nacional de Chimborazo. Riobamba - Ecuador. 146 p.

- Niebles-Nuñez, W., Rojas-Martínez, C., Pacheco-Ruíz, C., & Hernández-Palma, H. (2022). Desarrollo de estrategias de direccionamiento estratégico para la gestión de calidad en empresas del sector industrial. *Información Tecnológica* 33(6): 145-156.
- Odisio, J., & Rougier, M. (2022). El desafío del desarrollo trayectorias de los grandes economistas latinoamericanos del siglo XX. Universidad de Cantabria. Santander - España. 398.
- Ornelas, C., Contreras, L., Silva, M., & Liquidano, M. (2015). El espíritu emprendedor y un factor que influencia su desarrollo temprano. *Conciencia Tecnológica* (49): 46-51.
- Ortega, Z., Benítez, J., & Ruíz, H. (2019). Análisis y perspectiva del emprendimiento en el Ecuador. *Un Espacio para la Ciencia* 2(1): 161-174.
- Ovalles-Toledo, L., Moreno-Freites, Z., Olivares-Urbina, M., & Silva-Guerra, H. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia* 23(81): 217-234.
- Palomeque, I., & Ruíz, J. (2018). Estrategias de gestión para el emprendimiento de los sectores de economía popular y solidaria. Universidad Técnica de Machala. Machala - Ecuador. 153 p.
- Paredes, P., Martínez, J., & Burgos, C. (2021). Responsabilidad Social Empresarial y Clima Organizacional en las PYMES de Guayaquil. *Revista Gobierno y Gestión Pública* 8(1): 10 - 25.
- Peñafiel-Nivela, G., Acurio-Armas, J., Manosalvas-Gómez, L., & Burbano-Castro, B. (2020). Formulación de estrategias para el desarrollo empresarial de la constructora Emanuel en el cantón La Maná. *Revista Universidad y Sociedad* 12(4): 45-55.
- Peralta, J. (2020). Emprendimiento efectivo: Principios para emprender y obtener los resultados esperados. Bienetre Media Group. Santo Domingo - República Dominicana. 76 p.
- Pérez-Paredes, A., Torres-Flórez, D., Torralba-Flores, A., & Salgado-Cifuentes, W. (2020). Características y elementos del fenómeno emprendedor en Villavicencio, Colombia. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración* 16(30): 1-9.
- Phimister, A., & Torruella, A. (2021). El libro de la innovación: Guía práctica para innovar en tu empresa. Libros de Cabecera. Barcelona - España. 386 p.
- Pont-Vidal, J. (2019). Teorías neosistémicas y administración pública: Posibilidades observacionales y regulativas. *Revista del CLAD Reforma y Democracia* 75: 77-110.
- Querejazu-Vidovic, C. (2020). Aproximación teórica a las causas del emprendimiento. *Economía: Teoría y Práctica* (52): 69-97.

- Raza-Carrillo, D. (2019). Política económica en Ecuador y su capacidad de impacto en el desarrollo. *Estudios de la Gestión: Revista Internacional de Administración* (4): 141-151.
- Rodríguez, J., & Quintero, I. (2021). Capacidades de innovación empresarial en América Latina revisión de literatura. *Ciencias Administrativas* (19)8: 1-14.
- Rodríguez, S., & Rehner, J. (2021). Emprendimiento en ciudades intermedias en Chile: Sus vínculos con el empleo y la sustentabilidad urbana. *Revista de Geografía Norte Grande* 78: 93-113.
- Rojas-Hernández, Y., González-Méndez, A., Rodríguez-Amaya, I., & Álvarez-Yero, S. (2021). El aprendizaje y las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones. *Educación Médica Superior* 35(3): e2418.
- Rojas-Rojas, S. (2022). Resiliencia de la gestión empresarial en la nueva realidad mundial. *Gestión de la Seguridad y la Salud en el Trabajo* 4(2): 44-46.
- Rojo, M., Bonilla, D., & Masaquiza, C. (2018). El desarrollo de nuevos productos y su impacto en la producción: Caso de estudio BH Consultores. *Revista Universidad y Sociedad* 10(1): 134-142.
- Ruíz, B., & García, G. (2021). Hipótesis de mercados eficientes y estrategias de inversión en el MILA: 2014-2019. *Análisis Económico* 35(90): 67-90.
- Sailema-Lalaleo, G. (2022). El emprendimiento en pandemia y su influencia en el desarrollo sostenible de la provincia de Tungurahua 2020. Universidad Técnica de Ambato. Ambato - Ecuador. 79 p.
- Sainz, J. (2018). *Crear una empresa en la práctica*. ESIC Editorial. Barcelona - España. 68 p.
- Salazar, M., Salguero, N., & García, C. (2018). Marketing digital una nueva estrategia para los emprendedores. *Polo del Conocimiento* 23(8): 524-530.
- Salgado-Monar, J. (2023). El emprendimiento en el Ecuador. *LATAM, Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 4(2): 4609-4634.
- Sancán-Villamar, W. (2022). Innovación y creación de valor de las microempresas de la cabecera parroquial El Anegado, período 2019-2021. Universidad Estatal del Sur de Manabí. Jipijapa - Ecuador. 105 p.
- Sandoval, C., & Bado, G. (2022). Impacto de la formación educativa emprendedora en la intención emprendedora: un enfoque cognitivo. *Contaduría y Administración* 67(4): 1-27.

- Serna, G., Zenoain, C., & Schmidt, J. (2018). La resiliencia: Un factor decisivo para el crecimiento y mejora de las organizaciones. *Gestión en el Tercer Milenio* 20(39): 13-24.
- Soledispa, X., Morán, J., & Peña, D. (2021). La investigación de mercado impacto que genera en la toma de decisiones. *Dominio de las Ciencias* 7(1): 79-94.
- Solórzano, F., & García, A. (2016). Fundamentos del aprendizaje en red desde el conectivismo y la teoría de la actividad. *Revista Cubana de Educación Superior* 35(3): 98-112.
- Torres, A., Guerrero, F., & Paradas, M. (2017). Financiamiento utilizado por las pequeñas y medianas empresas ferreteras. *Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales* 14(2): 284-303.
- Valencia, A., Gutiérrez, L., & Montoya, L. (2017). Consideraciones acerca del emprendimiento estratégico como síntesis funcional de la identificación de oportunidades y la creación de ventajas competitivas. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte* 52: 143-159.
- Valle, A. (2020). La administración pública: un enfoque desde la teoría del Estado y los derechos humanos. Instituto de Altos Estudios Nacionales (IAEN). Quito - Ecuador. 200 p.
- Varela, J. (2018). El sistema de contratación pública y su impacto en el desarrollo de las MIPYMES del cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2018. Universidad Estatal Península de Santa Elena. La Libertad - Ecuador. 111 p.
- Vargas, M., & Uttermann, R. (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia* 25(90): 709-720.
- Vélez, X., & Ortiz, S. (2016). Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica. *Dominio de las Ciencias* 2(4): 346-369.
- Waissbluth, M. (2021). Introducción a la gestión pública. Penguin Random House Grupo Editorial Chile. Santiago de Chile - Chile. 44 p.
- Zamora-Boza, C. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: El caso de Ecuador. *Revista Espacios* 39(7): 1-15.
- Zavaleta-Cabrera, E. (2023). La corrupción en la administración pública y su impacto en el desarrollo político, económico y social, en el contexto peruano. *Comuni@cción* 14(1): 72-85.

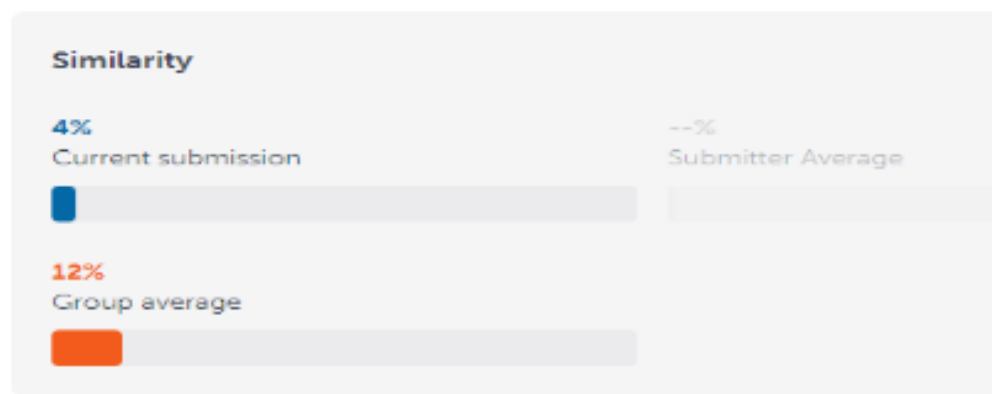
ANEXOS

Anexo 1. Reporte de similitud y/o plagio académico (Urkund)

	UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL QUEVEDO UNIDAD DE POSGRADO	
--	---	--

PARA: Ing. Byron Oviedo Bayas, Ph. D.
DE: Ing. Elsy Cobo Litardo, MBA.
ASUNTO: Informe Proyecto de Investigación
FECHA: 30 de noviembre de 2023

Adjunto al presente sirvase encontrar el documento final del proyecto de investigación titulado: **“EMPRENDIMIENTOS URBANOS Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LA PARROQUIA 7 DE OCTUBRE. CANTÓN QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2023”**, elaborado por la ECO. **EVELYN GABRIELA MENA JUEZ**, posgradista de la Maestría en Gestión Pública. El proyecto de investigación fue elaborado bajo mi dirección, el mismo que fue analizado a través de la herramienta URKUND, la cual avala los niveles de originalidad en un 96% del trabajo investigativo.



Atentamente,



Ing. Elsy Cobo Litardo, MBA.
Directora de Proyecto de Investigación

Anexo 2. Modelo de la encuesta aplicada para la recolección de los datos

Emprendimientos urbanos y su impacto en el desarrollo económico de la parroquia 7 de octubre. Cantón Quevedo. Provincia de Los Ríos. Año 2023.

Estimado participante, agradecemos su colaboración en esta encuesta que forma parte de un proyecto de investigación enfocado en analizar los factores que influyen en la supervivencia de las empresas y emprendimientos de la Parroquia 7 de octubre del cantón Quevedo, provincia de Los Ríos. Su opinión es invaluable para conocer y comprender mejor las dinámicas empresariales y contribuir al desarrollo económico de nuestro Cantón. La información proporcionada en esta encuesta se manejará de manera confidencial y se utilizará únicamente con fines académicos.

1. Nombre del negocio o empresa

2. ¿Cuál es su rol dentro de la empresa?

Ducño/ propietario

Administrador

Gerente

Otro _____

3. Indique su género

Masculino

Femenino

4. ¿Cuál es su edad? Por ejemplo 45

5. ¿Cuál es su estado civil?

Soltero

Casado/a

Unión libre

Divorciado/a

Viudo

6. ¿Cuál es su formación académica?

Primaria

Secundaria

Tercer Nivel

Cuarto Nivel

7. ¿En qué sector se encuentra su negocio?

Comercial

Industrial

Servicios

Tecnológico

De Producción

Otro _____ -

8. ¿Cuál es el tamaño de su negocio?

Microempresa

Pequeña

Mediana

Grande

9. ¿Cuánto tiempo se encuentra operando su empresa en el mercado? Defina el tiempo en años. Ejemplo 1-5-10

10. ¿Cuál es el origen de su negocio?

Creación propia

Por herencia

11. ¿Qué lo motivó a crear su negocio?

Necesidad

Hacer la diferencia

Escasez de empleo

Crear riqueza

Tradición familiar

12. ¿A cuántas personas emplea actualmente? Ejemplo 1, 2 15.

13. ¿Ha experimentado un incremento en sus ventas desde que inició su negocio?

Si

No

14. ¿Considera que existen suficientes oportunidades de crecimiento y desarrollo para emprendimientos urbanos en la parroquia 7 de octubre?

Si

No

15. ¿Considera que existen barreras regulatorias o trámites burocráticos que dificulten el desarrollo del negocio?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

16. ¿Qué desafíos o dificultades ha enfrentado al establecer y operar su negocio en la parroquia 7 de octubre?

Escasez de acceso a financiamiento o crédito.

Competencia intensa de otros negocios en la parroquia.

Altos costos de alquiler o arrendamiento de locales comerciales.

Baja demanda de productos o servicios en la parroquia.

Limitada disponibilidad de mano de obra calificada.

Barreras burocráticas y trámites administrativos complicados.

Infraestructura deficiente, como falta de servicios básicos o problemas de conectividad.

Inseguridad o falta de medidas de seguridad adecuadas.

Dificultades para acceder a proveedores confiables y de calidad.

Falta o limitada promoción y apoyo por parte de las autoridades locales.

Imposición de impuestos elevados

17. ¿Considera que la inestabilidad política del país en los últimos años ha afectado el desempeño y crecimiento de su negocio?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

18. ¿Cree que los impuestos en el país afectan el desempeño y supervivencia de su negocio?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

19. ¿Considera usted que el crecimiento económico del Cantón Quevedo ha influenciado en la demanda de productos/servicios de su negocio?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

20. ¿Considera que la inseguridad en el ámbito local afecta el desempeño y crecimiento de su negocio?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

21. ¿Ha incorporado tecnología para un mejor desempeño de su negocio?

Sí

No

Si respondió afirmativamente a la pregunta anterior, responda:

22. ¿La incorporación de tecnología juegan un rol importante en el crecimiento de su negocio?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

23.a Califique el apoyo que ha obtenido durante los últimos tres años de los siguientes factores para fomentar el crecimiento de su negocio

	Pésimo	Malo	Regular	Bueno	Excelente
Proveedores					
Clientes					
Intermediarios					
Competencia					

23.b Gestión interna y organización

	SÍ	NO
¿Cuenta su negocio con un plan de negocios formal?		
¿El negocio tiene claros sus objetivos y metas a corto y largo plazo?		
¿El negocio se adapta rápidamente a los cambios del entorno y del mercado?		

23.c Ventas y marketing

	SÍ	NO
¿Cuenta con estrategias de marketing para atraer y promocionar su negocio?		
¿El negocio tiene una buena reputación y una imagen positiva en el mercado?		

23.d Relaciones con clientes

	SÍ	NO
¿El negocio tiene un enfoque claro en la satisfacción del cliente?		
¿Mantiene relaciones cercanas con sus clientes y busca mantener su fidelidad?		
¿Ha realizado encuestas de satisfacción a los clientes para mejorar sus servicios?		

23.e Relaciones con proveedores

	SÍ	NO
¿El negocio mantiene relaciones sólidas con sus proveedores?		
¿Se ha implementado medidas para fortalecer las relaciones con sus proveedores?		

23.f Gestión Financiera

	SÍ	NO
¿El negocio cuenta con una gestión financiera responsable y eficaz?		
¿Ha enfrentado dificultades financieras en los últimos años?		

¿Tiene un sistema de control financiero y presupuesto para gestionar los recursos?		
¿Ha recibido algún préstamo en los últimos 5 años para impulsar su negocio?		

23.g Recurso humano

	SÍ	NO
¿El negocio cuenta con personal experimentado y capacitado?		
¿El negocio cuenta con personal comprometido con su trabajo?		

23.h Percepción sobre la competencia

	SÍ	NO
¿Percibe el nivel de competencia en el sector?		
¿HA percibido una relación entre competencia y el tiempo que un negocio está en el mercado?		

24 ¿Cuál considera que ha sido el impacto de su emprendimiento en el desarrollo económico de la parroquia 7 de octubre?

Ha creado nuevos empleos y oportunidades de trabajo

Ha atraído inversiones y recursos económicos

Ha mejorado la infraestructura y servicios

Ha impulsado el desarrollo de otros negocios locales

No ha tenido un impacto significativo en el desarrollo económico

No estoy seguro/No puedo determinar el impacto en el desarrollo económico de la parroquia 7 de octubre.

¡Gracias por su ayuda!!

Econ. EMJ Investigadora

Ing. ECL. Directora

Anexo 3. Proceso de aplicación de las encuestas para la recolección de información

