



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios**

**TEMA: “Identificación de los factores de éxito para superar las fases iniciales del emprendimiento en el sector gastronómico de la ciudad de Ambato”**

**AUTOR: Shirley Michell Recillo Trujillo**

**TUTOR: Ing. Edwin Javier Santamaría Freire, Mg.**

**AMBATO – ECUADOR**

**Enero 2022**



## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

**Ing. Edwin Javier Santamaría Freire, Mg.**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Identificación de los factores de éxito para superar las fases iniciales del emprendimiento en el sector gastronómico de la ciudad de Ambato**” presentado por la Srta. **Shirley Michell Recillo Trujillo** para optar por el título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 10 de enero del 2022

---

**Ing. Edwin Javier Santamaría Freire, Mg.**

**C.I. 1802931426**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Shirley Michell Recillo Trujillo**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



**Shirley Michell Recillo Trujillo**  
**C.I.1805289566**

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO**

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

**Ing. Arturo Fernando Montenegro Ramírez, Mg.**

**C.I. 1803845385**

**Ing. Liliana Elizabeth González Garcés, Mg.**

**C.I. 1803962800**

Ambato, 10 de enero del 2022

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

A handwritten signature in blue ink that reads "Shirley Recillo". The signature is written in a cursive style and is placed on a light blue rectangular background.

**Shirley Michell Recillo Trujillo**

**C.I.1805289566**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de Investigación va dedicado en primera instancia a DIOS, mi fuente de luz y de amor y el cual ha sido mi fortaleza y compañía en mis momentos grises; a mis padres Wimper Recillo y Marisol Trujillo que siempre han demostrado el valor incalculable del respeto, la humildad, la gratitud y el sacrificio además de sus consejos, a mi novio Henry Mariño quién ha sido incondicional, me ha brindado abundante felicidad y me ha retado a superarme cada día y desarrollar mis cualidades, habilidades, actitudes y aptitudes y a mis tíos Dora y Leoncio Trujillo por estar siempre con un granito de arena apoyándome cuando más los he necesitado.

***Shirley Recillo***

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Técnica de Ambato, Carrera de Marketing y Gestión de Negocios de la Facultad de Ciencias Administrativas por haberme permitido conseguir mis metas profesionales a través del conocimiento, experiencia e innovación.

Al Mg. Edwin Javier Santamaría por impartir su sabiduría, conocimiento y ser un gran ser humano guiándome en mi formación académica para hacer posible presente un estudio de calidad y significado para poder aportar a futuras investigaciones.

Además, agradezco a todos mis maestros de carrera que formaron parte de mi instrucción superior en especial a los ingenieros Margoth Gamboa, Silvia Oyaque, William Ortiz, William Teneda y Roberto Soria, por haber ido más allá de su rol de maestros y haberme alentado a continuar y superar los obstáculos que se presentaron en su momento.

***Shirley Recillo***

## ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO .....	iv
DERECHOS DE AUTOR.....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
<b>CAPÍTULO I</b> .....	1
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	1
1.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	1
1.2 MARCO TEÓRICO .....	2
1.2.1. Emprendimiento .....	2
1.2.1.1 Componentes del emprendimiento .....	4
1.2.1.2 Quién es el Emprendedor.....	5
1.2.2 Fases del emprendimiento .....	6
1.2.2.1 Fase I o Actividad emprendedora temprana .....	7
1.2.3 Factores de mercado del emprendimiento .....	9
1.2.3.1 Educación y capacitación empresarial.....	10
1.2.3.2 Transferencia de investigación y desarrollo .....	10
1.2.3.3 Normas Culturales y Sociales.....	10
1.2.3.4 Capacidad de Crear un nuevo negocio (EC).....	11
1.2.3.5 Acceso a financiación.....	11
1.2.3.6 Políticas gubernamentales y programas de gobierno.....	12
1.2.4 Factores de éxito del emprendimiento.....	13
1.2.4.1 PYMES: Emprendimientos de éxito en el Ecuador.....	13
1.2.5 Factores que afectan el emprendimiento .....	14

1.2.6 Emprendimientos del Sector Gastronómico .....	15
JUSTIFICACIÓN .....	16
OBJETIVOS .....	17
OBJETIVO GENERAL .....	17
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	17
HIPÓTESIS .....	17
<b>CAPÍTULO II</b> .....	18
<b>METODOLOGÍA</b> .....	18
2.1 Enfoque de investigación .....	18
2.2. Niveles de investigación .....	18
2.2.1 Investigación descriptiva .....	18
2.2.2 Investigación explicativa .....	18
2.3. Modalidad de investigación .....	19
2.3.1 De Campo .....	19
2.3.2 Bibliografía Documental .....	19
2.4 Población y Muestra .....	19
2.4.1 Población .....	19
2.4.2. Muestra .....	20
2.5 Instrumento de recolección de información .....	21
2.5.1 Encuesta .....	21
2.5.2 Validación del instrumento .....	21
2.6 Procesamiento de la información .....	23
<b>CAPÍTULO III</b> .....	24
<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b> .....	24
3.1 Análisis y discusión de los resultados .....	24
3.1.1 Análisis e Interpretación de Datos .....	24
3.2 Verificación de la hipótesis .....	40
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	42
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	42
4.1 Conclusiones .....	42
4.2 Recomendaciones .....	43
BIBLIOGRAFÍA .....	44
ANEXOS .....	53

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Índices de emprendimiento.....	5
Tabla 2. Perfil Económico Ecuador 2020.....	9
Tabla 3. Nivel de participación TEA en Ecuador.....	9
Tabla 4. Capital Crece y Capital Progreso Ecuador 2020.....	12
Tabla 5. Perfil del experto evaluador.....	23
Tabla 6. Frecuencia de nivel educativo alcanzado.....	25
Tabla 7. Frecuencia de situación laboral antes de emprender.....	26
Tabla 8. Frecuencia de percepción del emprendedor.....	27
Tabla 9. Frecuencia de factor motivacional para emprender.....	28
Tabla 10. Frecuencia de cualidades y características del emprendedor.....	29
Tabla 11. Frecuencia de riesgo de emprender en el sector gastronómico.....	30
Tabla 12. Frecuencia del aporte a la dinámica económica de la ciudad de Ambato por actividades microempresarias del sector gastronómico.....	31
Tabla 13. Frecuencia de los factores que influyen en la decisión de emprender.....	32
Tabla 14. Frecuencia de cultura emprendedora en la familia.....	33
Tabla 15. Frecuencia de la fuente inicial de financiamiento para emprender.....	34
Tabla 16. Frecuencia de conocimiento de entidades que apoyan emprendimientos...35	
Tabla 17. Frecuencia de grado de satisfacción en la experiencia al solicitar un préstamo y los requisitos solicitados.....	36
Tabla 18. Frecuencia de la evidencia de mejora en educación y formación de jóvenes sobre el emprendimiento.....	37
Tabla 19. Frecuencia sobre el impacto del uso de tecnología dentro de emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Ambato.....	38
Tabla 20. Frecuencia de factores que limitan el emprendimiento.....	39
Tabla 21. Frecuencia de causas de cierre de emprendimientos.....	40
Tabla 22. Verificación de la hipótesis por Test de Spearman.....	42

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Perspectivas del emprendimiento.....	3
Gráfico 2. Impacto del Emprendimiento.....	4
Gráfico 3. Tipos de emprendedores.....	7
Gráfico 4. Fases del emprendimiento.....	7
Gráfico 5. Elementos Actividad Emprendedora Temprana TEA.....	8
Gráfico 6. Factores de mercado del emprendimiento.....	10
Gráfico 7. Factores y dimensiones de emprendimiento.....	13
Gráfico 8. Factores de éxito o fracaso de emprendimiento.....	14
Gráfico 9. Nivel Participación Pymes, Medianas y pequeñas empresas.....	15
Gráfico 10. Nivel educativo del emprendedor.....	25
Gráfico 11. Situación laboral antes de emprender.....	26
Gráfico 12. Percepción del emprendedor.....	27
Gráfico 13. Factor motivacional para emprender.....	28
Gráfico14. Cualidades y características del emprendedor.....	29
Gráfico 15. Riesgo de emprender en el sector gastronómico.....	30
Gráfico 16. Aporte a la dinámica económica de la ciudad de Ambato por actividades microempresarias del sector gastronómico.....	31
Gráfico 17. Factores que influyen en la decisión de emprender.....	32
Gráfico 18. Cultura emprendedora en la familia.....	33
Gráfico 19. Fuente inicial de financiamiento para emprender.....	34
Gráfico 20. Conocimiento de entidades que apoyan emprendimientos.....	35
Gráfico 21. Grado de satisfacción en la experiencia al solicitar un préstamo y los requisitos solicitados.....	36
Gráfico 22. Evidencia de mejora en educación y formación de jóvenes sobre el emprendimiento.....	37
Gráfico 23. Impacto del uso de tecnología dentro de emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Ambato.....	38
Gráfico 24. Factores que limitan el emprendimiento.....	39
Gráfico 25. Causas de cierre de emprendimientos.....	41

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta Emprendedores Sector Gastronómico Ciudad Ambato.....	54
--	----

## RESUMEN EJECUTIVO

La empresa Confites FRESAN se dedica a la elaboración de gomitas de gelatinas, de diferentes formas, colores y sabores desde 1992. Su fundadora Mariela Freire buscaba independencia económica y como mejorar la calidad de vida de sus tres hijos. Con más de 25 años en el mercado ha experimentado grandes cambios y por ello requiere tomar acciones de mejora en la publicidad de su producto y marca.

El presente trabajo de investigación se ha enfocado en realizar un análisis amplio de los factores de mercado que afectan los emprendimientos del Sector Gastronómico desde su Fase Inicial sustentado con la revisión de más de 25 artículos enfocados a la temática del emprendimiento e información y datos del Global Entrepreneur Monitor (GEM) para desarrollar una estrategia que permitan incrementar las ventas de la empresa.

Los datos obtenidos de 162 encuestas realizadas a emprendedores del Sector Gastronómico, determinaron que el factor por el que las personas emprenden es por superación y que los factores del entorno afectan su motivación; además, los elementos que no se pueden controlar se convierten en factores limitantes para ellos. Adicional, la hipótesis fue verificada estadísticamente por medio del test de Spearman el cual corroboró que los factores de mercado se relacionan con el riesgo de emprender.

Así la propuesta de este proyecto es diseñar publicidad dirigida a clientes actuales y potenciales a través de la red social de Facebook dando a conocer una golosina atractiva para los niños, fusionando diversión y nutrición.

**PALABRAS CLAVE:** INVESTIGACIÓN, EMPRENDIMIENTO, CUALIDADES DEL EMPRENDEDOR, FACTORES DE MERCADO, MOTIVACIÓN DE EMPRENDER.

## **ABSTRACT**

The company Confites FRESAN is dedicated to the production of jelly gummies, of different shapes, colors and flavors since 1992. Its founder Mariela Freire sought financial independence and how to improve the quality of life of her three children. With more than 25 years in the market, it has undergone great changes and therefore requires taking improvement actions in the advertising of its product and brand.

This research work has focused on carrying out a broad analysis of the market factors that affect the businesses of the Gastronomic Sector since their Initial Phase, supported by the review of more than 25 articles focused on the topic of entrepreneurship and information and data from the Global Entrepreneur Monitor (GEM) to develop a strategy to increase the company's sales.

The data obtained from 162 surveys carried out to entrepreneurs in the Gastronomic Sector, determined that the factor by which people undertake is by overcoming and that environmental factors affect their motivation; furthermore, elements that cannot be controlled become limiting factors for them. Additionally, the hypothesis was statistically verified by means of the Spearman test, which confirmed that market factors are related to the risk of undertaking.

Thus, the proposal of this project is to design advertising aimed at current and potential clients through the Facebook social network, making known an attractive treat for children, combining fun and nutrition.

**KEYWORDS:** INVESTIGATION, ENTREPRENEURSHIP, MARKET FACTORS, ENTREPRENEURIAL QUALITIES, MOTIVATION TO UNDERTAKE.

# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

### 1.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

#### 1.1.1 Emprendimiento

Emprender viene del latín “IN” que representa iniciar. Ramírez (2009) lo determina desde la palabra francesa “entrepreneur” como pionero o empresario lo cual permite asociar a la idea de emprender con crear, innovar, acción de iniciar algo o estar listo a tomar decisiones y realizar cambios.

En 2007, Duarte determina el emprender como crear ideas de negocios, repotenciar empresas actuales y expandir firmas en los mercados globales. Además, guarda una estrecha relación con la dinámica productiva de los países, el crecimiento económico, el desarrollo social y la formación de una fuerte cultura empresarial necesaria para el progreso. Frecuentemente se usa el término espíritu empresarial como sinónimo de emprendimiento.

Osorio & Salinas (2012) consideran al emprendimiento desde una visión psicológica como una forma de pensar y de actuar, reúne dimensiones de liderazgo, aptitudes motivaciones y sobre todo creatividad; y desde el punto de vista económico como la función para detectar una oportunidad en la sociedad con la finalidad de obtener beneficios y generar impacto.

Por otra parte, Vasquez (2016) el emprendimiento surge desde la era de la Revolución Industrial en Gran Bretaña en el siglo XXIII donde comenzó un cambio en las actividades comerciales favorecieron la economía por los avances en fabricación e innovación tecnológica.

Cárdenas, Guzmán, Sánchez y Vanegas (2015) consideran al emprendimiento como una nueva realizada en la sociedad cuyo fin va más allá de solo crear negocios, se debe analizar desde tres perspectivas que intervienen en la creación de las empresas: individuos (edad, educación, experiencia y satisfacción del trabajo, familia empresaria), procesos (acciones para los inicios de las empresas) y entorno (exterior

para adaptarse e interior para crear su estrategia como organización y manejar sus recursos tangibles e intangibles).

#### **1.1.1.1 Fases del emprendimiento**

CEU Universities (2019) determina que el emprendimiento es un proceso donde intervienen las capacidades del individuo para crear un negocio y se conforma por cuatro etapas: primero, la definición de la idea que cubra una necesidad de mercado y requiere de innovación como factor diferenciador; segundo, de viabilidad donde se valora la rentabilidad, público objetivo, productos sustitutos existentes y la competencia; tercero, elaboración del plan de negocios con su estrategia de marketing y plan de inversión, y cuarto la constitución de la empresa con sus respectivos permisos legales y cuestiones administrativas.

#### **1.1.1.2 Factores de éxito del emprendimiento**

Los factores de éxito de los emprendimientos desde un punto de vista sociológico son: cultura que comprende los valores, comportamientos y creencias de los individuos que conforman una sociedad, así como el espíritu emprendedor de estos, la formación en términos del tipo de educación recibida en nivel superior la cual fomente el emprendimiento como una disciplina y la financiación que genere el capital necesario para poder emprender y llevar a cabo un proyecto empresarial. (Torroba, 2014).

#### **1.1.1.3 Factores que limitan el emprendimiento en Latinoamérica**

Caldera y Escamilla (2013) determina que algunos factores tienen mayor relevancia que otros en criterios de limitar el emprendimiento, sin embargo, estos dependen netamente de la realidad del país en estudio pues se debe considerar el nivel de desarrollo en aspectos de economía, tecnología, estrato social para hacer una clasificación de estos.

Dentro de los factores limitantes se mencionan los siguientes en función de las experiencias de emprendimiento: escasa educación y formación para emprender, bajo nivel adquisitivo de la población, bajo crecimiento del mercado doméstico, restricciones a fuentes de financiamientos, reducido tamaño de mercado interno, insuficiente infraestructura física, informalismo empresarial, bajo nivel de I+D (investigación y desarrollo), falta de apoyo gubernamental y altos cargos impositivos.

#### 1.1.1.4 Factores de mercado del emprendimiento

Alban, Guananga, y Rodríguez (2018) indican que en los emprendimientos influyen factores externos e internos del mercado. Los externos hacen referencia a el contexto sociocultural, , política, legislación, organización, tecnología, público, roles y clases sociales, creencias, hábitos, valores, costumbres y tradiciones mismos que permiten identificar un problema o necesidad que requiere ser atendida; por otra parte, los internos se enfocan en el perfil del emprendedor y sus competencias dado que estos tienen motivaciones, atributos de carácter, intelecto y actitud para emprender las cuales son realización personal y el deseo de contribuir a la sociedad.

### 1.2 MARCO TEÓRICO

#### 1.2.1. Emprendimiento

Emprender viene del latín “IN” que representa iniciar; sin embargo, el emprendimiento a lo largo de la historia a tenido varias acepciones sobre lo que es: actividad de crear nuevas empresas, repotenciar actividades de empresas actuales y expandir firmas vigentes en mercados globales (Duarte, 2007), según el término francés “entrepreneur” asocia el emprender con crear o innovar (Ramírez, 2009), forma de pensar y actuar ante un entorno creciente (Osorio & Salinas, 2012), característica estructural como respuesta a altos niveles de desempleo en economías latinoamericanas (Banco de Desarrollo de América Latina, 2013) y proceso de mejora en productividad, fomento de competitividad y la generación de empleo (Sparano, 2014).

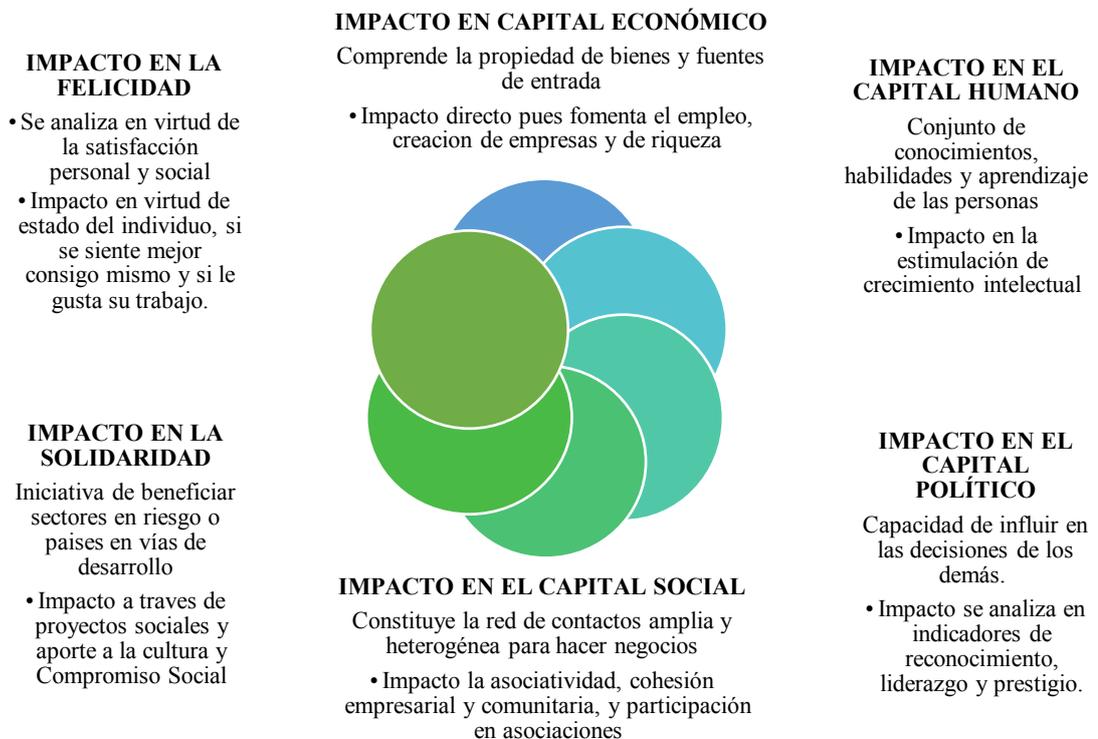


**Gráfico 1.** Perspectivas del emprendimiento

**Fuente:** Osorio y Salinas (2012)

**Elaborado por:** Recillo, S. (2021)

Por otra parte, se considera como idea progresista, realidad social y solución a la pobreza y desempleo (Cárdenas, Guzmán, Sánchez, & Vanegas, 2015), forma de cambio e innovación en actividades comerciales posterior a la Revolución Industrial (Vasquez, 2016), desde un punto de vista económico como solución de autoempleo ante un mercado cuya población crece de forma acelerada y demanda mayor cantidad de trabajo (Moreno, Olivares, Ovalles, & Silva, 2018).



**Gráfico 2.** Impacto del Emprendimiento  
**Fuente:** Cárdenas, Guzmán, Sánchez y Vanegas (2015)  
**Elaborado por:** Recillo, S (2021)

El emprendimiento ha tenido apoyo por parte del sector público como privado en países avanzados y en vías de desarrollo (Lara, Maldonado, & Maya, 2017). Actualmente, Ecuador posee la tasa más alta de emprendimientos de Latinoamérica (Zamora, 2017), sin embargo, Amaya, Lasio, Ordeñana y Zambrano (2020) indican que el país se orienta a comercio de productos de mercado doméstico carentes de innovación por lo que también tiene la tasa de cierre de negocios más alta de la región (9.3%), un 53% no supera los 3 meses de operación y solo un 10.8% de negocios nuevos han pagado salarios.

Tabla 1. Índices de emprendimiento

Índice	Detalle	Tasa de la región	Países participantes	Ecuador
TEA Tasa de Actividad emprendedora temprana	Comprende personas entre 18 y 64 años de edad que inician un negocio y laboran menos de 42 meses	18.8	14	31.8
Elección del Emprendimiento	Personas que concibe al emprendimiento como alternativa de profesión o carrera aceptable	63.7	14	59.5
Intención emprendedora	Tasa de población comprendida entre 18 y 64 años con intención de emprender en un margen no mayor a 3 años.	31.9	14	36.7
Condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico (escala de medición de 100 puntos)	Se obtienen en función de 10 parámetros fundamentales al momento de iniciar un negocio: · Talento humano emprendedor · Cultura · Entorno social · Sistema de educación · Demanda de mercado · Estructura organizacional · Tics · Finamiento · Capital social · Marco legal	25.89	15	24.73
Doing Business (escala de medición de 100 puntos)	Considera la agilidad para iniciar una organización considerando los procesos, tiempo, costo y el marco de regulación, por citar algunos elementos.	60.77	22	57.47
Índice global de innovación (escala de medición de 100 puntos)	Proviene de un indicador de eficiencia, el cual engloba inputs (relacionados con las organizaciones, su talento humano, investigación realizada, infraestructura física, complejidad del mercado y sus negocios) y outputs de innovación (hacen referencia a la generación de conocimiento, avances tecnológicos y creatividad)	26.03	21	27.11

**Fuente:** Erazo, Matovelle, Narváez y Tapia (2020)

**Elaborado por:** Recillo, S. (2021)

### 1.2.1.1 Componentes del emprendimiento

Amorós (2011) reconoce tres principales componentes del emprendimiento bajo las diferentes perspectivas del estudio del comportamiento del individuo mientras que Sparano (2014) los divide en función de la visión del GEM: actitudes, aspiraciones y actividades empresariales.

El primer componente corresponde a la capacidad de iniciar una empresa con perseverancia, seguridad y decisión de actuar (Lazo & Melo, 2020) y que permite crear, planificar, organizar e innovar (Reyes & Hidalgo, 2020). El segundo conlleva las características cualitativas del emprendimiento (Velásquez & Veintimilla, 2017) y su motivación principal la cual es generar empleo y aportar al crecimiento del país (Carreón & Saiz, 2019). Por su parte, el tercero busca cumplir objetivos del negocio articulado en diferentes elementos (cultura empresarial, gestión de conocimiento e innovación, liderazgo y crecimiento económico) y a través del reconocimiento de la importancia del capital humano (Acosta & Delfin, 2016).

### **1.2.1.2 Quién es el Emprendedor**

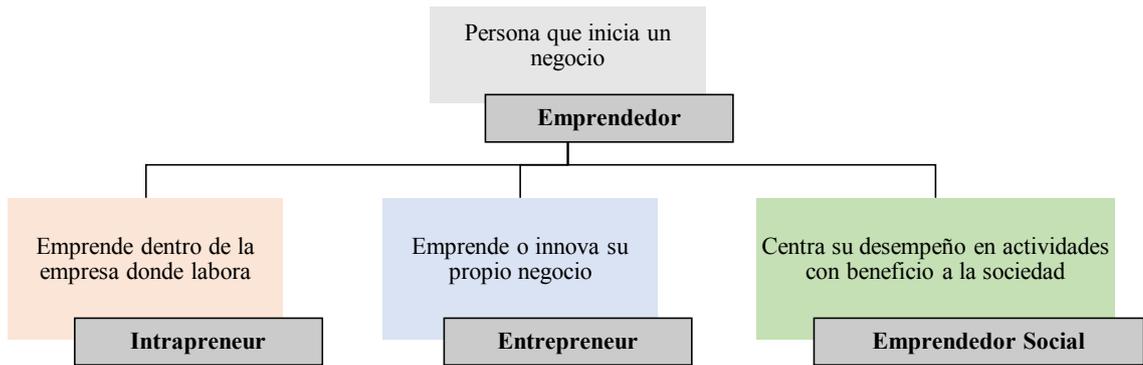
Persona que comienza una obra o negocio (Diccionario de la Lengua Española, 2001); transforma ideas en proyectos empresariales (Navas, 2009), quien sueña y asume riesgos por ambición (Navarrete, 2010), innovador que cubre nuevas expectativas de mercado por medio de nuevas metodologías de producción (Gómez, Silva, González, & Parga, 2018) y espíritu emprendedor que posee virtudes de paciencia y tenacidad y genera historia con cambios positivos (García E. , 2020). Su caracterización se realiza en base a variables de edad, género, educación, geografía, ocupación, ingresos y motivos de emprender (Amaya, Lasio, Ordeñana, & Zambrano, 2020).

Guerra, Moreno, Olivares y Ovalle (2018) indican que todo emprendedor posee habilidades y capacidades intrínsecas: la habilidad emprendedora identifica y aprovecha una oportunidad y habilidad de diagnóstico estudia un problema social para brindar solución, por otra parte, la capacidad específica relaciona al desarrollo profesional del empresario centrándose en su capacidad económica, directiva, financiera y empresaria por lo cual también se considera como capacidad del talento emprendedor y la genérica corresponde a las destrezas de la persona en el contexto social, cultural y político (Camisión & Gómez, 2019).

Por su parte, García (2020) establece 11 características requeridas para ser un emprendedor: autoconfianza, optimismo, energía y entusiasmo, capacidad de asumir riesgos, tenacidad, paciencia, adaptación al cambio, creatividad e innovación, visión de negocio, trabajo en equipo, liderazgo y planificación.

#### **1.2.1.2.1 Tipos de emprendedores**

El emprendedor se puede clasificar en función de las acciones efectuadas a través de su creatividad e innovación y por dos elementos clave: su aspiración por autonomía (afectación individual) y la búsqueda de poder (afectación externa) (García E. , 2020). Tavera (2020) establece 8 tipos de emprendedores: social, especialista, multifuncional, por accidente, oportunista, inversionista, por necesidad, innovador o visionario.



**Gráfico 3.** Tipos de emprendedores

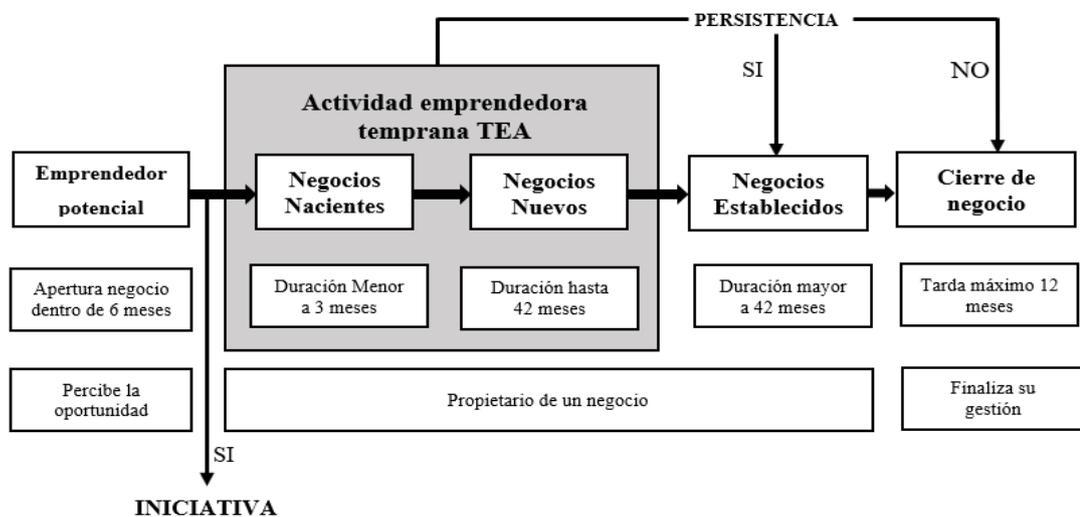
**Fuente:** García (2020)

**Elaborado por:** Recillo, S. (2021)

### 1.2.2 Fases del emprendimiento

El proceso del emprendimiento empieza con la generación de la idea la cual es la transformación de una oportunidad en un negocio (Rodríguez, Rodríguez, & Uldarico, 2014), su configuración depende de la esquematización del modelo de negocio en su fase incipiente y en 3 tiempos de su desarrollo “inicio de la actividad, 25 meses de actividad y 42 meses de actividad” (Batista, Bolívar, & Medina, 2016), se conforma de la fase de exploración y de explotación las cuales se diferencia por la transición del emprendimiento a la creación de la empresa (Garcés, Peña, & Serafim, 2020).

Por otra parte, Amaya, Lasio, Ordeñana, y Zambrano (2020) indican que el GEM concibe al emprendimiento como un proceso continuo por cuyas fases dependen del grado de madurez de su negocio en las diferentes etapas de desarrollo:



**Gráfico 4.** Fases del emprendimiento

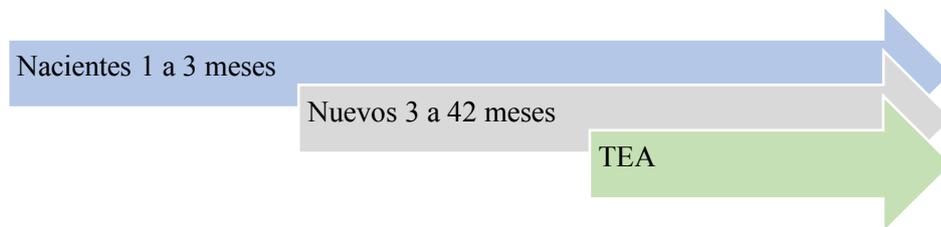
**Fuente:** Adaptado de GEM 2019-2020

**Elaborado por:** Recillo, S. (2021)

Previamente, el ciclo del emprendimiento desde la perspectiva de Montufar (2009) se aplica en la creación de empresas en 5 etapas que dependen de los momentos interrelacionados en espacio y tiempo acorde al ecosistema emprendedor: motivación para el emprendimiento, estímulo para la creatividad e identificación de la oportunidad de negocio, planificación, financiación y puesta en marcha.

### 1.2.2.1 Fase I o Actividad emprendedora temprana

En 2019, CEU Universities determina la fase inicial del emprendimiento conformada por la definición de la idea de negocio, el estudio de mercado y de viabilidad, la elaboración del plan de negocios y de marketing y su propia constitución. La ESPOL (2020) establece a esta etapa como actividad emprendedora temprana la cual se mide a través del índice TEA que incluye a todos emprendedores nacientes y nuevos entre 18-64 años que se diferencian por el periodo activo del negocio mayor a 3 meses y menor a 3 años y medio (Velásquez & Veintimilla, 2017).



**Gráfico 5.** Elementos Actividad Emprendedora Temprana TEA

**Fuente:** ESPOL (2020)

**Elaborado por:** Recillo, S (2021)

Amaya, Lasio, Ordeñana, y Zambrano (2020) señalan que en esta etapa los negocios cuentan con pocos empleados y el impacto generado no fue lo esperado según el reporte GEM entre 2015 y 2017. Los negocios nacientes no generaron fuentes de empleo y se mantuvieron de naturaleza unipersonal en 2015 y 2016 con un 61.5% y 69.3% respectivamente, un 52% de estos emprendimientos no superaron los 42 meses de funcionamiento y además sus proyecciones de expansión en 5 años no fueron alentadoras dado que en 2017 estos se situaron en 37.4% (Erazo, Matovelle, Narváez, & Tapia, 2020).

Bajaña, Guerrero, Moreira, Pico y Villarroel (2018) determinan que el Doing Bussiness permite conocer la facilidad para hacer negocios entre 190 países y Ecuador ocupó el puesto 129 para 2020 en función de ciertas variables críticas (Federación

Ecuatoriana de Exportadores, 2021), ver tabla 2. Nuestro país en comparación con los países que conforman la CAN Comunidad Andina de Naciones está en una posición relativamente no optima pues su carta de presentación es tener de alto riesgo para nuevos negocios, procesos excedentes, poco atractivo para la inversión y baja calificación crediticia (Abad, 2019).

Tabla 2. Perfil Económico Ecuador 2020

<b>Indicador</b>	<b>Rank</b>
<b>1. Apertura de un negocio</b>	117
<i>1.1. Puntuación de iniciar un negocio (0-100)</i>	<i>69,1</i>
<i>1.2. Procedimiento (número)</i>	<i>11</i>
<i>1.3. Tiempo (días)</i>	<i>48.5</i>
<i>1.4. Costo (número)</i>	<i>33</i>
<i>1.5. Pagado min. capital (% del ingreso per cápita)</i>	<i>0</i>
<b>2. Manejo de permisos de construcción</b>	114
<b>3. Obtención de electricidad</b>	100
<b>4. Registro de propiedades</b>	73
<b>5. Obtención de crédito</b>	119
<b>6. Protección de los inversionistas minoritarios</b>	114
<b>7. Pago de impuestos</b>	147
<b>8. Comercio transfronterizo</b>	103
<b>9. Cumplimiento de contratos</b>	96
<b>10. Resolución de insolvencia</b>	160

Fuente: Doing Bussiness (2020)

Elaborado por: Recillo, S. (2021)

### 1.2.2.1.1 Tipos de actividad emprendedora temprana

Amaya, Lasio, Ordeñana y Zambrano (2020) establecen tres tipos de actividad emprendedora temprana en Ecuador: independiente y patrocinada, intraemprendimiento y emprendimiento múltiple.

Tabla 3. Nivel de participación TEA en Ecuador

<b>Tipos de TEA</b>	<b>% en TEA</b>
Independiente	28.9%
Patrocinada (propiedad compartida)	7.3%
Intraemprendimiento (Actividad emprendedora del Empleado)	3%
Emprendimiento múltiple	4.2%

Fuente: Amaya, Lasio, Ordeñana y Zambrano (2020)

Elaborado por: Recillo, S. (2021)

### 1.2.2.1.2 Motivación para la actividad emprendedora en etapa temprana

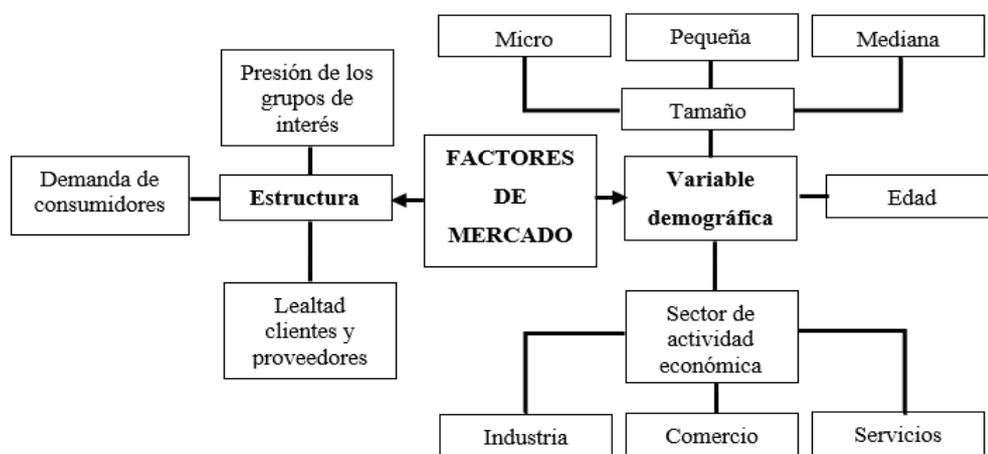
La principal motivación para emprender es la contribución con el desarrollo de la sociedad (Sastre, 2013), por oportunidad, cultura, diferencia de género (17 mujeres/20

hombres) y por tradición familiar (Amaya, Lasio, Ordeñana, & Zambrano, 2020) y la búsqueda de riqueza y cuando se limitan las ofertas de trabajo (Cordova, Moina, & Morales, 2020) como profesión y carrera aceptable (Erazo, Matovelle, Narváez, & Tapia, 2020).

### 1.2.3 Factores de mercado del emprendimiento

El termino factor hace referencia a todo elemento causante de cambio, transformación y evolución de un fenómeno, hecho o suceso presente en la naturaleza o ámbito empresarial, cultural, social y económico (Vizueta, 2020). Amón, Astudillo, Carpio, Cordero, y Delgado (2011) y Bajaña, Guerrero, Moreira, Pico y Villarroel (2018) coinciden en que existen dos tipos de factores que afectan el emprendimiento: personales o aspectos del emprendedor (educación, motivación, entrenamiento, conducta emprendedora y capacidad para emprender) y condicionantes del entorno (experiencia, apoyo financiero, normas sociales y culturales, condiciones de mercado economico-legal, politicas gubernamentales y programas de gobierno).

Por su parte, López, Ríos y Sánchez (2017) determinan factores de mercado en función de su variable demográfica y estructura siendo la edad, tamaño, sector de actividad económica, nivel de lealtad de consumidores y proveedores y presión de grupos de interés, los que permiten realizar una correcta estrategia empresarial a la hora de emprender o innovar.



**Gráfico 6.** Factores de mercado del emprendimiento

**Fuente:** López, Ríos y Sánchez (2017)

**Elaborado por:** Recillo, S. (2021)

Uttermann y Vargas (2020) determinan que existen 3 factores que inciden en la creación de un emprendimiento: educación y entrenamiento empresarial, normas culturales y sociales y transferencia de investigación, pero lo que más impacta de forma significativa en el futuro del emprendedor es el contexto regional-nacional.

### **1.2.3.1 Educación y capacitación empresarial**

Se debe reunir conocimiento sobre Gestión de empresas, Marketing, Nuevas tecnologías y conocimientos transversales del autoempleo (Escolar, Luis, & Palmero, 2015), competencia, creatividad, liderazgo y estar entrenado para la adaptación al cambio (García S. , 2019) y focalización en aspectos más práctico que teórico para desarrollar las habilidades requeridas por los estándares de las industrias (Uttermann & Vargas, 2020).

El Registro Oficial (2020) en su Suplemento N.º 151 de la Ley de emprendimiento e innovación Capítulo IV Fomento a la cultura y educación emprendedora centra sus esfuerzos en la formación de emprendimientos a través de la formación en habilidades técnicas y blandas, educación comunitaria emprendedora, opción de trabajo de titulación, espacios para la difusión y promoción de emprendimientos en los establecimientos de educación y emprendimiento y la innovación en la enseñanza universitaria basados en los art. 18,19,20,21,22,23 respectivamente.

### **1.2.3.2 Transferencia de investigación y desarrollo**

La innovación es una disciplina aprendible y practicable (Dutrénit & Martínez, 2020), las ideas generadas en el desarrollo de productos o servicios más competitivos y el conocimiento son recursos transferibles entre empresas y sectores siendo la tecnología el medio facilitador (Uttermann & Vargas, 2020). La inversión en investigación y desarrollo por parte del Gobierno ecuatoriano se ve reflejado en el número de artículos publicados por estudiantes, profesionales e instituciones de nivel superior, de ello refleja que en este sentido la inversión del PIB en I+D es deficiente dado que no supera el 1% desde 1996 al 2014 (Álvarez, Crespata, Guerrero, & Soria, 2020).

### **1.2.3.3 Normas Culturales y Sociales**

La estructura institucional puede limitar la creación de empresas en función de valoración del género, creencias y leyes mercantiles (Diez, Fernandez, & Vargas,

2019), la intención empresarial es atribuida a la suma de valores culturales y actitudes personales mismas que pueden variar dependiendo del contexto en el que el individuo se desarrolla (Uttermann & Vargas, 2020), mientras que para Mendez (2019) las cualidades y comportamiento del emprendedor puede verse influenciada por el entorno en relación a la ubicación, cultura, sexo, raza, creencia religiosa, actividad que ejerce y nivel socioeconómico.

#### 1.2.3.4 Capacidad de Crear un nuevo negocio (EC)

La sumatoria de conocimiento, actitudes, habilidades y experiencia en actividades relacionadas a los negocios conforman la capacidad empresarial la cual cumple la función de detectar, reconocer y aprovechar una oportunidad de mercado para emprender (Uttermann & Vargas, 2020). Desde otra perspectiva, de acuerdo al reporte GEM 2015 Ecuador se evidenció que un 72% de las personas se consideran como capacitadas para emprender mientras que un 87% son competentes para seguir desarrollando habilidades (Brito, Jordán, Pacheco, & Serrano, 2016).

#### 1.2.3.5 Acceso a financiación

Para proyectos de innovación, crecimiento de emprendimientos y puesta en marcha de negocios de personas naturales y jurídicas el Ecuador tiene un fondo de \$10.050.000 (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2020).

Tabla 4. Capital Crece y Capital Progreso Ecuador 2020

	CAPITAL CRECE (SEMILLA)	CAPITAL PROGRESO (RIESGO)
UTILIZACIÓN	Dirigido a personas que buscan emprender con ideas innovadoras	Dirigido a empresas para su consolidación o expansión a través de productos y procesos innovadores.
BENEFICIARIOS	Emprendedores \$1'050.000 MiPymes \$7.000.000	MiPymes \$2.000.000
FONDO DISPONIBLE	Estado de idea hasta \$100.000 contraparte mín. de 20% Puesta en marcha hasta \$250.000 contraparte mínimo de 20%	Progreso hasta \$400.000 Inversión hasta el 40%

**Fuente:** Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2020)

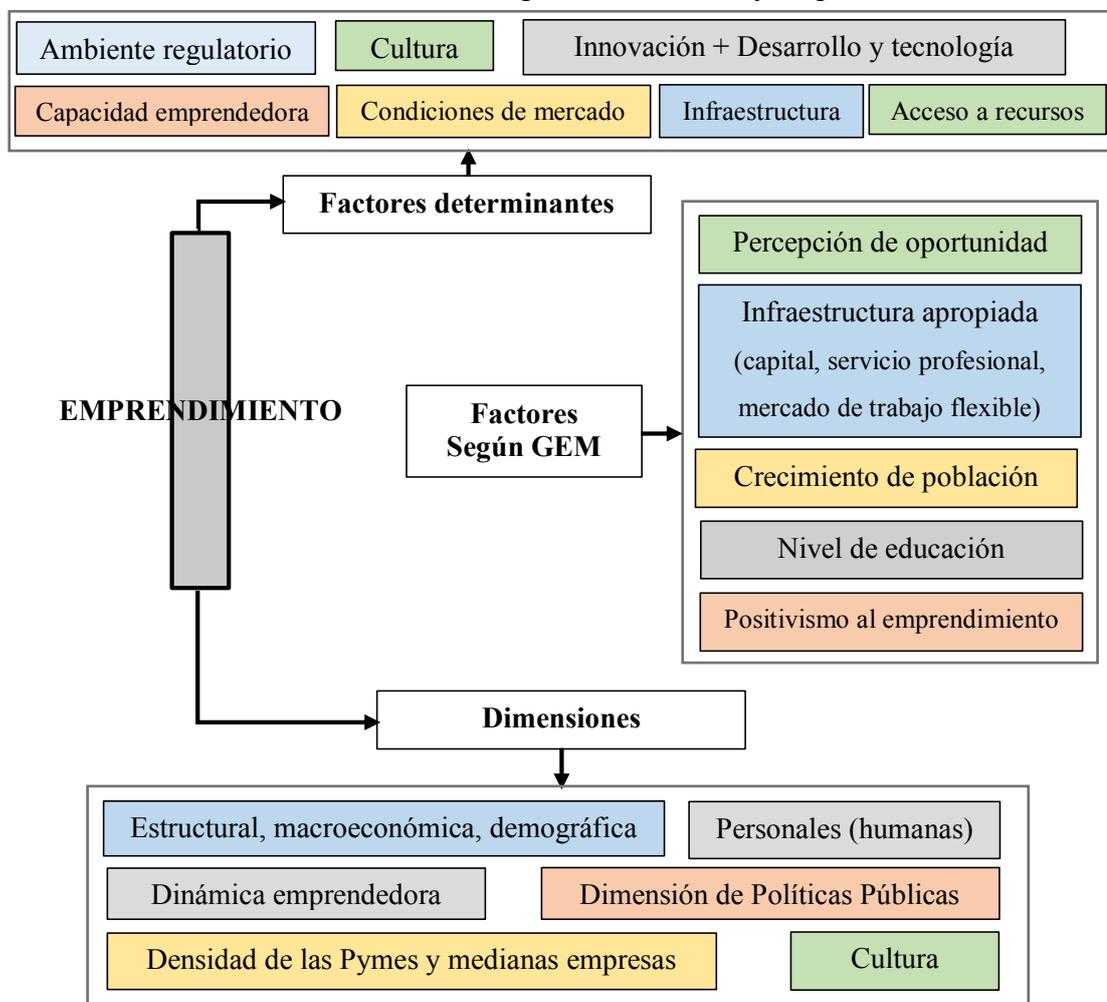
**Elaborado por:** Recillo, S. (2021)

Entre los países de Latinoamérica no existe ningún tipo de relación entre el monto inicial para iniciar un negocio y la TEA, sin embargo posee un valor referente que va

desde los 250\$ en Uruguay hasta los \$6000 en Colombia; de ello en Ecuador cerca del 33% de emprendedores indicaron haber empezado su proyecto con menos de \$1000, más de la mitad con un valor mayor a \$1000 y no supera los \$10000 y solo un 5% de ellos con \$6000 a \$40000 (Lasio & Zambrano, 2016).

### 1.2.3.6 Políticas gubernamentales y programas de gobierno

(Aquino, Machado, & Salinas, 2016) en su ponencia sobre las políticas ecuatorianas y su relación con el desarrollo del emprendimiento analizaron que el Estado busca potenciar el desarrollo del país por medio de la implementación de programas y proyectos como EmprendeEcuador que motiven y apoyen al micro y mediano empresario por medio de redes y servicios de apoyo en los principios del Buen Vivir en coordinación con los sectores estratégicos académicos y empresariales.



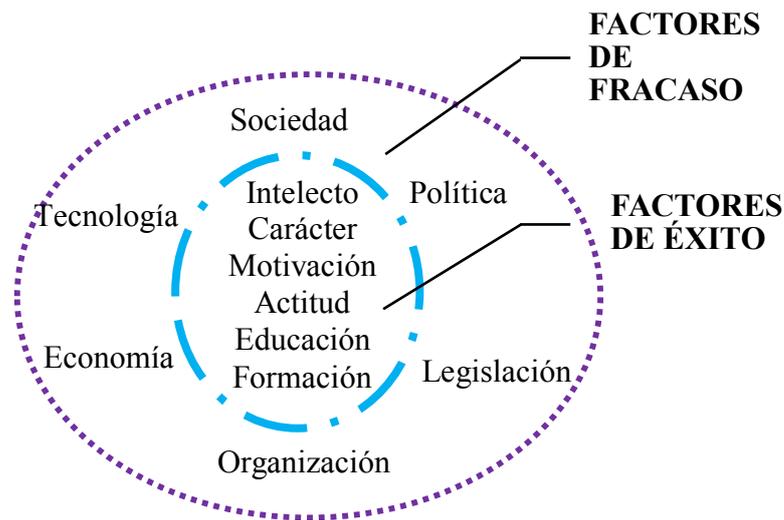
**Gráfico 7.** Factores y dimensiones de emprendimiento

**Fuente:** Moreno (2019)

**Elaborado por:** Recillo, S. (2021)

### 1.2.4 Factores de éxito del emprendimiento

Bajaña, Guerrero, Moreira, Pico y Villarroel (2018) consideran que en un emprendimiento no existe factores universales que incidan directamente en su éxito o fracaso pues estos dependen del contexto y realidad de cada país; sin embargo, Alban, Guananga, y Rodríguez (2018) indican que se pueden dividir en función del control que tiene el emprendedor sobre ellos: internos (controlables o de éxito) y externos (incontrolables o de fracaso).



**Gráfico 8.** Factores de éxito o fracaso de emprendimiento

**Fuente:** Arteaga y Lasio (2009)

**Elaborado por:** Recillo, S. (2021)

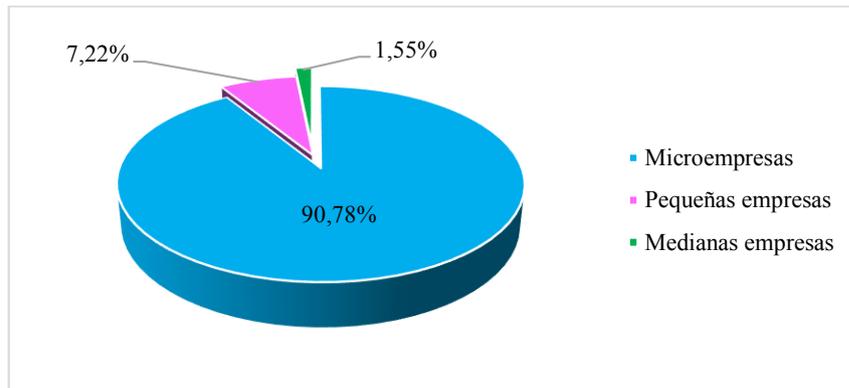
Torroba (2014) manifiesta que los factores de éxito del emprendimiento desde un punto de vista sociológico son la cultura, la formación y la financiación. En primera instancia focaliza que ésta define la característica de las organizaciones, los valores y comportamientos y creencias y el espíritu emprendedor; luego, se considera que un cambio en educación superior fomenta el emprendimiento como una disciplina y, por último, la financiación que genera el capital necesario para un nuevo proyecto.

#### 1.2.4.1 PYMES: Emprendimientos de éxito en el Ecuador

En Ecuador, las Pymes y Microempresas constituyen alrededor del 99% de negocios activos concentrados en áreas de comercio y servicios siendo negocios familiares quienes representan mayoría de los emprendimientos. Sin embargo, posterior a la

pandemia del COVID-19 la situación de estos es difícil en aspectos de cobertura de obligaciones financieras y la dificultad para financiamiento para capital de trabajo.

Por su parte, Alvarado, Baque y Barreto (2021) manifiesta que los negocios que pudieron sostenerse bajo esta situación fueron gracias a prácticas de Ventas Online 51.3%, aumento esfuerzo de Marketing 61.1%, teletrabajo 46.9%, oferta de nuevos productos o servicios 57.5%



**Gráfico 9.** Nivel Participación Pymes, Medianas y pequeñas empresas

**Fuente:** Alvarado, Baque, & Barreto (2021).

**Elaborado por:** Recillo, S. (2021)

### 1.2.5 Factores que afectan el emprendimiento

Los emprendimientos al nacer como una respuesta al desempleo de un país muchas veces no solo carece de innovación, sino que también incluyen la condición de informalidad. El Banco de Desarrollo de América Latina (2013) indica que, aunque alrededor de tres cuartos de la población activa económicamente son microempresarios y emplean gran cantidad de trabajadores, son pocos los que manejan contratos laborales vinculados al seguro social haciendo más visible la abundancia de emprendimientos de subsistencia. Por su parte, Caldera & Escamilla (2013) indican que las oportunidades de emprendimiento desde la perspectiva de género no son equitativas.

Zamora (2017) manifiesta que en la sociedad existen aspectos que posibilitan la generación de actividades productivas exitosas, sin embargo, la corrupción, burocracia y regulaciones en el mercado de trabajo entorpecen la dinámica del sector productivo de un país en especial los emprendimientos.

Moreno (2019) señala que uno de los principales obstáculos para emprender es la falta de conocimiento sobre la actividad, el nivel de desarrollo social, económico y tecnológico, baja capacidad adquisitiva, infraestructura de mercado, bajo nivel de I+D, elevado cargo de impuestos, falta de apoyo gubernamental, restricción a financiación y bajo potencial de crecimiento del mercado doméstico y otros factores demográficos y económicos.

Los emprendedores ecuatorianos se enfrentan a grandes oportunidades, pero a su vez a dificultades y retos a causa de la crisis económica local y mundial, la administración autocrática de los detentores de poder en las organizaciones, las protestas del pueblo por insatisfacción social, económica y política y baja innovación disruptiva que afecta la calidad y producción de la oferta (Vizueta, 2020).

### **1.2.6 Emprendimientos del Sector Gastronómico**

Burbano y Salazar (2017) determinan al sector gastronómico o sector de alimentos y bebidas como una de las principales actividades económicas del país que favorece de forma positiva a la economía local. Los principales negocios que lo conforman son: restaurantes, cafeterías y bares, fuentes de soda siendo los dos primeros los de mayor participación. Los emprendimientos de gastronomía surgen como una respuesta al crecimiento económico y la búsqueda de generación de empleo en zonas locales y dentro de este tipo de negocios es evidente la inclusión creciente de mujeres en actividades que fomenten su empoderamiento (Paz & Quezada, 2019).

Según el Ministerio de Turismo (2021) la ciudad de Ambato cuenta con una base catastral de 366 locales comerciales de alimentos y bebidas siendo 308 restaurantes, 32 cafeterías, 19 bares, 16 discotecas y 1 establecimiento móvil, los cuales se hallan debidamente registrados y categorizados.

Por su parte, los consumidores presentan cambios en los patrones de compra y consumo, pues en su preocupación por los daños del medio ambiente y la reciente propagación de la COVID-19 han generado predisposición a comportamientos responsables que consideran otros criterios aparte de calidad y precio como la ética de la empresa y productos que no impliquen el desperdicio de especies amenazadas, maltrato animal y la facilidad de compra especialmente cuando se trata de productos alimenticios (Ruiz & Almeida, 2021).

## JUSTIFICACIÓN

La generación de nuevos negocios ha tomado gran impulso en los diferentes sectores económicos del país (Moreno, Olivares, Ovalles, & Silva, 2018). Al surgir de motivaciones y percepciones es un reto de alto riesgo y pérdidas significativas sino se analizan las condiciones del entorno, por eso requiere del estudio de factores: recursos financieros y logísticos, red de relaciones y ambiente (Marulanda & Morales, 2016).

Dentro del proceso de un emprendimiento se determinan tres etapas: la primera corresponde al potencial emprendedor quien identifica una necesidad, la segunda comprende a la TEA conformada por emprendedores nacientes y nuevos cuyos negocios funcionan entre 3 meses y 3 años y medio y la tercera comprende a empresarios con negocios establecidos.

Batista, Bolívar, y Medina (2016) indican que conviene especificar que en la fase inicial o etapa insipiente del emprendimiento la organización es considerada “nueva empresa” y requiere de 9 elementos que conforman un modelo de negocio: segmentación de clientes; proposición de valor para cumplir con los requerimientos ante las necesidades del consumidor, el canal de venta, el tipo de relación empresa-cliente; ingresos; recursos clave; actividades clave; socios clave y estructura de costes.

Por otra parte, Revista Líderes (2021) determina el principal problema al emprender es crear un negocio por necesidad en consecuencia del desempleo o subempleo, inequidad de género (Avilés, García, & Ordonez, 2016), por falta de innovación y la reticencia a la tecnología (Coba, 2021) u otros tales como la falta de capital inicial, dificultad para conseguir financiamiento, alto nivel de endeudamiento, competencia desleal y medidas de restricción inflexibles pre y post emergencia sanitaria.

Borja, Carvajal y Vite (2020) determinan que los factores de éxito de emprendimientos radica en que cuenten con un conjunto de elementos positivos para el desarrollo y mantenimiento de la empresa tales como: competencias personales del emprendedor, nivel de compromiso con la comunidad a los emprendimientos sociales, el desarrollo de políticas y estrategias que fomenten el emprendimiento por parte del Gobierno, buen direccionamiento de publicidad, Branding, liderazgo y la capacidad de trabajo en equipo los cuales deben responder a una necesidad permanente del mercado.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Determinar los factores determinantes de mercado necesarios para superar la fase inicial del emprendimiento del sector gastronómico de la ciudad de Ambato.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Fundamentar teóricamente los factores de mercado que influyen en el emprendimiento en la fase inicial.
- Identificar los factores de mercado relacionados al emprendimiento en la fase inicial.
- Seleccionar los factores de mercado que influyen en la superación de la fase inicial del emprendimiento.

### **HIPÓTESIS**

- Los factores de mercado se relacionan con el riesgo de emprender

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA**

#### **2.1 Enfoque de investigación**

El presente proyecto de investigación posee un enfoque cuantitativo pues Torres (2016) señala que este estudio se basa en la investigación científica y un continuo metodológico para probar si la hipótesis es verdadera o falsa (Espinoza, 2018) según los datos obtenidos de la muestra por medio del instrumento estructurado como es la encuesta a haciendo uso de la estadística descriptiva.

#### **2.2. Niveles de investigación**

El presente estudio se basó en la investigación descriptiva y la investigación explicativa o causal, cuyo fin fue fundamentar teóricamente y relacionar los factores de mercado que influyen en el emprendimiento en la fase inicial.

##### **2.2.1 Investigación descriptiva**

La investigación descriptiva para Rojas (2015) se conoce como exploratoria, no experimental, formularia u observacional permite obtener información real del problema de investigación en espacio y tiempo presente a través de preguntas y registros que responden el qué, quién, qué, dónde, cómo y porqué del sujeto o grupo de estudio, y también facilita determinar los factores demográficos y socioeconómicos para descubrir la probable asociación entre las dos variables de estudio.

##### **2.2.2 Investigación explicativa**

Calzadilla y Díaz (2016) establecen que una investigación explicativa es aquella que busca dar a conocer la esencia del objeto de investigación a través del estudio de la información previa existente sobre dicho fenómeno y asociar las razones del porqué de éste; siendo mucho más potente desde un punto de vista cognoscitivo, es decir, permite comprender porqué de las variables de estudio se pueden asociar entre sí.

## **2.3. Modalidad de investigación**

### **2.3.1 De Campo**

Jiménez y Suárez (2014) determinan que investigación de campo como una forma de recolectar información directa y real donde suceden los hechos o fenómeno de estudio sin que se pueda manipular ni controlar las variables, es decir, que los datos provengan de un ambiente natural; Martínez (2020) indica que esta modalidad esta enfocada directamente a la búsqueda y recolección de información que sea relevante para la consecución de los objetivos de estudio y su debida justificación .

### **2.3.2 Bibliografía Documental**

Gabriel (2017) indica que es un tipo de investigación que permite recolectar información y datos apoyada en fuentes documentales y estudios científicos. Para poder obtener información relevante del tema de estudio en esta tesis se escogió el subtipo hemerográfico, el cual centra su información proveniente de artículos y ensayos de revistas, y periódicos.

## **2.4 Población y Muestra**

### **2.4.1 Población**

Ventura (2017) indica que la población es un conjunto de elementos que contienen ciertas características que se pretenden estudiar. Por esa razón, entre la población y la muestra existe un carácter inductivo, esperando que la parte observada (en este caso la muestra) sea representativa de la realidad (entiéndase aquí a la población); para de esa forma garantizar las conclusiones extraídas en el estudio.

Santamaría, López, Miranda y López (2020) indican que el principal grupo de empresas se concentra en la gastronomía seguido por el alojamiento y recreación. Actualmente Ambato cuenta con 669 locales activos de comidas y bebidas, sin embargo, La Hora (2020) informaron que al momento solo el 20% cumplen la adecuación de medidas de bioseguridad establecidas por el Comité de Operaciones de Emergencia (COE) nacional para su funcionamiento.

## 2.4.2. Muestra

López (2004) considera a la muestra como un subconjunto, parte representativa o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación y esta debe ser representativa de la población de interés. Por su parte, Rodríguez, y otros (2016) indican que el objetivo principal de seleccionarla es hacer inferencias estadísticas acerca de la población de la que proviene y de ello la selección debe ser probabilística.

El muestreo probabilístico permite conocer la muestra de una población finita según el criterio de Otzen y Manterola (2017), y los resultados obtenidos dependerán del margen de error que haya sido establecido, para ello Santamaría, López, Miranda y López (2020) recomienda trabajar con  $\pm 6\%$  de error para que el resultado sea lo más cercano y preciso a la realidad. Por ello, se seleccionó una muestra aleatoria con 94% de confianza y 6% de error, cuyo cálculo permite considerar los 669 locales de comida y bebidas activos en la ciudad de Ambato.

### *Cálculo de la muestra:*

**n:** tamaño de la muestra a ser determinada

Z: Nivel de confianza 95% (1.96)

P: probabilidad de éxito 50% (0.50)

Q: probabilidad de fracaso 50% (0.50)

N: Población o universo (669 locales)

e: nivel de error 6% (0.06)<sup>2</sup>

$$\begin{aligned} &= \frac{\frac{z^2 p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 p(1-p)}{e^2 N}\right)} \\ n &= \frac{\frac{1.96^2 0.5(1-0.5)}{0.06^2}}{1 + \left(\frac{1.96^2 0.5(1-0.5)}{0.06^2 669}\right)} \\ n &= 162 \end{aligned}$$

El mercado objetivo es igual a 669 locales de comidas y bebidas de la ciudad de Ambato y el resultado de la muestra es de 162 locales, por lo que se aplicará la técnica de encuesta.

## **2.5 Instrumento de recolección de información**

### **2.5.1 Encuesta**

Facheli y López (2015) señala a la encuesta como una de las técnicas, método y referente obligatorio de investigación social de más extendido uso. Ésta como técnica tiene la finalidad de recoger datos a través de la investigación de individuos sobre los conceptos relacionados a la problemática de estudio mientras que, como método conlleva varias técnicas: diseñar la muestra, construir el cuestionario, medir y construir los índices y escalas, la organización y ejecución del trabajo de campo, preparación para el análisis de datos, procesamiento de datos en el software respectivo y la presentación de resultados.

El proceso de recolección de información sobrepasa las formas convencionales o tradicionales como bibliotecas, documentos, bases de datos off-line pues en la actualidad se sustentan los datos previamente obtenidos con nuevas compilaciones de intercambios personales y por último se procesan los datos con el uso de un equipo informático y las TIC (Orellana & Sánchez, 2006).

La encuesta se encuentra estructurada en un total de 16 ítems o preguntas de tipo cerrado con el fin de asegurar que el instrumento tenga consistencia interna en función del tema de estudio.

### **2.5.2 Validación del instrumento**

Escofet, Folgueiras, Luna y Palou (2016) señalan que la validación del instrumento de investigación es clave con el fin de que puede ser transferible para otras investigaciones que sean afines en el objetivo de estudio. El primer paso para ello es identificar el objetivo general y los específicos y realizar la operacionalización de las variables de estudio.

Por otra parte, Alvarado, González y Marín (2017) indica que para poder validar un instrumento de recolección de información este debe responder al objetivo general y sus dimensiones; pues de esta forma se traducen las dimensiones en elementos medibles y transferibles a indicadores para posteriormente convertirse en preguntas.

Desde otra perspectiva Juárez, Martínez y Palacios (2020) determinan que la validación del instrumento debe ser realizado por expertos con trayectoria profesional y biográfica, pues estos deben analizar si las preguntas del instrumento son pertinentes al constructo de estudio y si son relevantes para responder a los objetivos de la investigación.

La validación del instrumento se realizó posterior a la consulta de los criterios de tres profesionales en función del grado de congruencia, pertinencia y claridad en la redacción y formulación de los ítems o preguntas. Dentro de los criterios para la referida selección, se consideró que el experto contará experiencia significativa en el área, nivel académico mínimo de maestría y experiencia en la revisión de instrumentos de investigación. En la Tabla 5 se presenta el perfil de los expertos que participaron en esta etapa.

Tabla 5. Perfil del experto evaluador

<b>Experto</b>	<b>Arturo Montenegro Ramírez</b>
<i>Grado académico</i>	Máster en Administración
<i>Área de experiencia profesional</i>	Procesos organizacionales planeación
<i>Años de experiencia en docencia e investigación (promedio)</i>	10 años
<i>Experiencia en diseño y validación de instrumentos de investigación</i>	Estudiante de doctorado en Administración
<i>Artículos publicados en el área (promedio)</i>	8
<b>Experto</b>	<b>Fernando Miranda López</b>
<i>Grado académico</i>	Máster en Administración
<i>Área de experiencia profesional</i>	Procesos organizacionales planeación, Análisis del emprendimiento
<i>Años de experiencia en docencia e investigación (promedio)</i>	10 años
<i>Experiencia en diseño y validación de instrumentos de investigación</i>	Participante de proyectos de investigación
<i>Artículos publicados en el área (promedio)</i>	6
<b>Experto</b>	<b>Liliana Gonzales Garcés</b>
<i>Grado académico</i>	Máster en Administración
<i>Área de experiencia profesional</i>	Análisis del emprendimiento
<i>Años de experiencia en docencia e investigación (promedio)</i>	8 años
<i>Experiencia en diseño y validación de instrumentos de investigación</i>	Participante de proyectos de investigación
<i>Artículos publicados en el área (promedio)</i>	10

Elaborado por: Recillo, S. (2021)

En este caso el marco teórico responde a tres conceptos claves relacionados entre sí: emprendimiento, factores de éxito del emprendimiento, y factores que limitan el emprendimiento dentro del sector gastronómico de la ciudad de Ambato. Del trabajo de validación se realizó mejoras en la redacción de las preguntas y estructura de estas, de forma que es consistente con las variables del proyecto de investigación y por lo tanto reúne las condiciones para recolectar información.

## **2.6 Procesamiento de la información**

Triola (2004) señala que toda investigación tiene tres etapas: la recolección de datos a través de la encuesta, el procesamiento de información en función de algún parámetro estadístico el cual hace referencia al ingreso de los resultados de las encuestas en bases de datos y tercero la presentación sobre los resultados obtenidos por medio de tablas, gráficos y diagramas.

Desde otra perspectiva el procesamiento de la información conlleva el análisis, sistematización y reorganización del contenido del tema de estudio de forma lógica, para resumir los hechos por medio de la argumentación y razonamiento; pues, la información debe tener carácter semántico y significado para poder almacenarla en nuestra memoria (Figueredo, León, & Martínez, 2019).

La forma de procesamiento de información su presentación se puede llevar a cabo por medio de tablas, gráficos o diagramas (Lind, Marchal, & Wathen, 2012) por medio del uso del paquete Microsoft Excel. Toda la información obtenida posterior al procesamiento de datos en el sistema puede ser representada a través de gráficas de barra, gráficas de pastel, histogramas, polígonos de frecuencia y otros.

## CAPÍTULO III

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 3.1 Análisis y discusión de los resultados

##### 3.1.1 Análisis e Interpretación de Datos

Posterior a la ejecución de la encuesta y recolección de datos la información obtenida se procesó en una hoja de Excel y se realizó las respectivas tablas de frecuencia de cada una de las preguntas establecidas y se desarrolló los gráficos pertinentes, mismos que ayudarán a comprender de mejor forma los resultados.

##### 1. ¿Cuál es el nivel educativo que usted alcanzó?

Tabla 6. Frecuencia de nivel educativo alcanzado

NIVEL EDUCATIVO	porcentaje	%
Básico	15	9%
Bachillerato	78	48%
Superior	37	23%
Posgrado	32	20%
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)

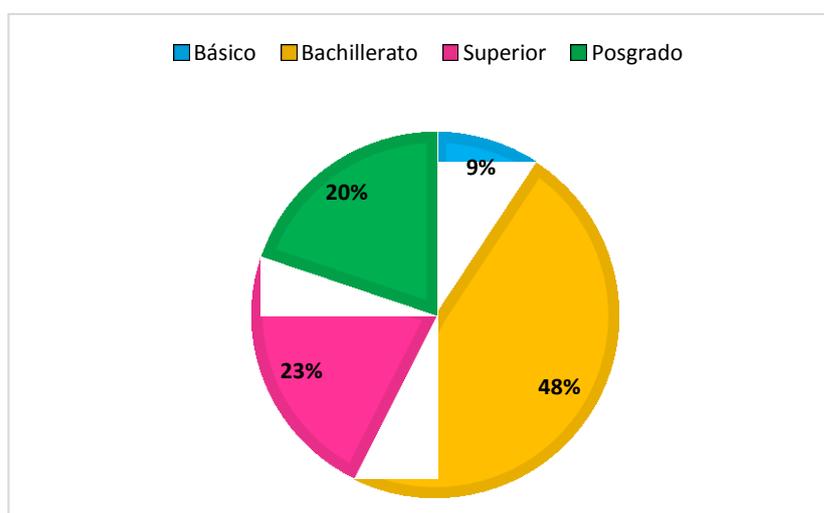


Gráfico 10. Nivel educativo del emprendedor

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)

Del total de la población encuestada, el 9% de emprendedores solo han culminado su educación básica, 48% bachillerato, 23% superior y 20% posgrado. La distribución de nivel educativo en el caso de los emprendedores vinculados a actividades gastronómicas de la ciudad de Ambato muestra que cerca de la mitad han culminado el nivel de educación secundario y superior y alrededor de una décima parte solo el nivel básico.

## 2. ¿Cuál era su situación laboral antes de iniciar su emprendimiento o negocio?

Tabla 7. Frecuencia de situación laboral antes de emprender

SITUACIÓN LABORAL	FR	%
Independiente	35	22%
Dependiente	68	42%
Desempleado	59	36%
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)

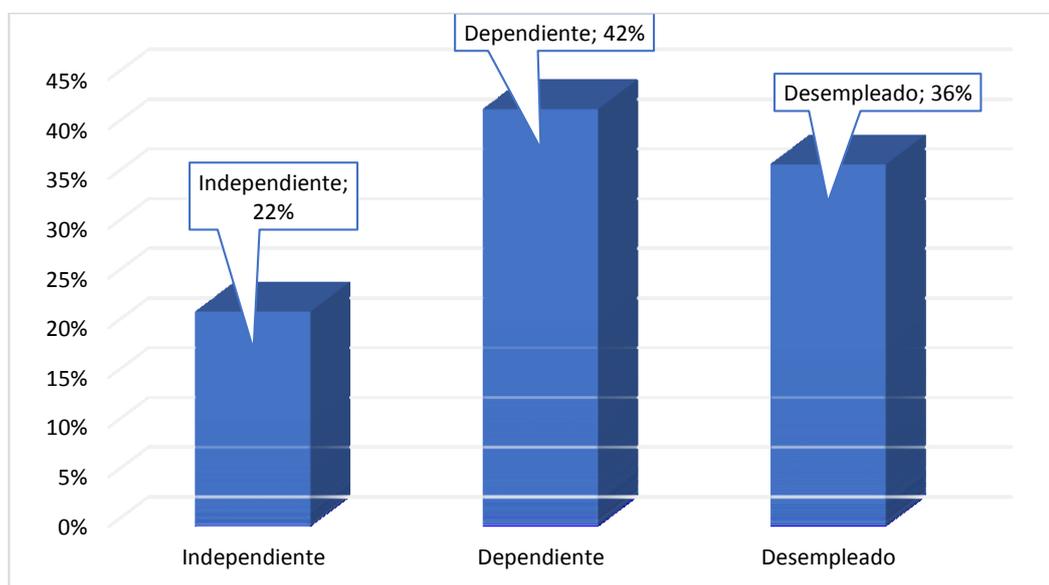


Gráfico 11. Situación laboral antes de emprender

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)

Del total de la población encuestada, el 22% tenía ya negocios previos establecidos, un 42% estaban en relación de dependencia y un 36% desempleados. Se evidencia que del total de encuestados cerca de un tercio de ellos realizó emprendimientos por falta de empleo y alrededor de la mitad por independencia laboral.

### 3. Indique que piensa sobre un emprendedor

Tabla 8. Frecuencia de percepción del emprendedor

<b>PERCEPCIÓN DEL EMPRENDEDOR</b>	<b>FR</b>	<b>%</b>
Nace	89	55%
Se hace	73	45%
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)

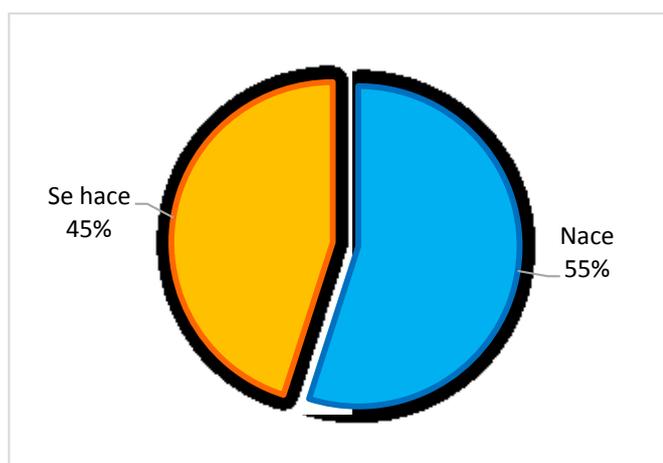


Gráfico 12. Percepción del emprendedor

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)

Del total de la población encuestada, el 45% considera que un emprendedor nace y un 55% que se hace. Se evidencia que del total de encuestados la mayoría de ellos considera que el emprendedor se hace, aunque la brecha de que nace con ese espíritu emprendedor no es tan diferenciada.

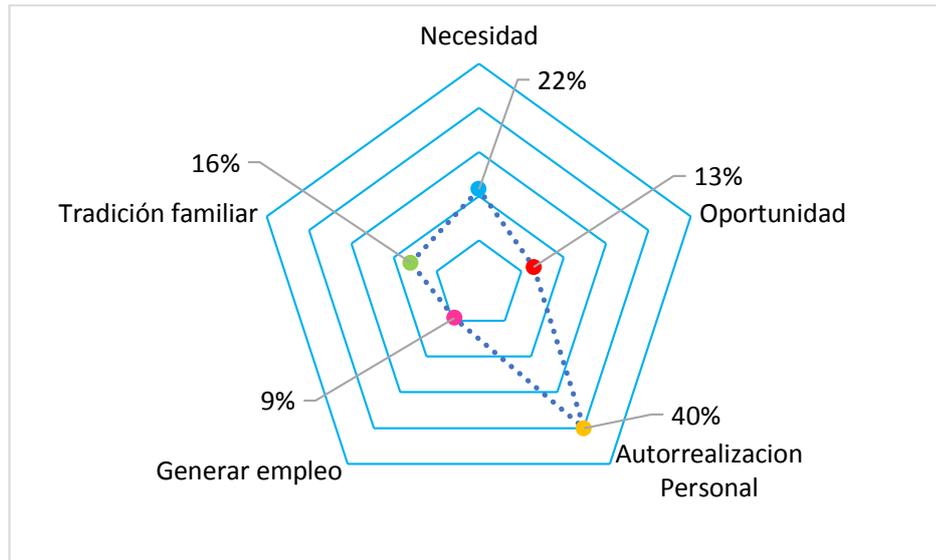
### 4. ¿Cuál fue el principal factor de motivación para iniciar su emprendimiento?

Tabla 9. Frecuencia de factor motivacional para emprender

<b>MOTIVACION PARA EMPRENDER</b>	<b>FR</b>	<b>%</b>
Necesidad	35	22%
Oportunidad	21	13%
Autorrealización Personal	65	40%
Generar empleo	15	9%
Tradición familiar	26	16%
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)



**Gráfico 13.** Factor motivacional para emprender

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)

Del total de la población encuestada, el 22% comenzó un emprendimiento por necesidad, 13% por oportunidad, 40% por autorrealización personal, 9% por generar empleo y un 16% por tradición familiar. Se evidencia que del total de encuestados alrededor de la mitad de emprendedores empezaron actividades emprendedoras con el fin de autorrealizarse personalmente, un cuarto de ellos por necesidad, dos décimas partes por oportunidad y tradición familiar y una minoría por generar empleo.

**5. De la siguiente lista de palabras señale cuál es el grado de importancia de las cualidades y características que debe tener una persona para poder emprender (5 muy importante, 4 de poca importancia, 3 poco importante, 2 muy poco importante, 1 sin importancia).**

Tabla 10. Frecuencia de cualidades y características del emprendedor

CUALIDADES Y CARACTERÍSTICAS DE UN EMPRENDEDOR	1 sin importancia		2 muy poco importante		3 poco importante		4 importante		5 muy importante	
		%		%		%		%		%
Confianza en sí mismo	9	6%	11	7%	24	15%	35	22%	83	51%

Optimismo	28	17%	24	15%	11	7%	52	32%	46	28%
Adaptación al cambio	6	4%	7	4%	5	3%	91	56%	52	32%
Visión de negocio	8	5%	4	2%	15	9%	45	28%	90	56%
Liderazgo y planificación	59	36%	7	4%	48	30%	15	9%	32	20%
Capacidad de asumir riesgos	4	2%	16	10%	14	9%	27	17%	101	62%
Tenacidad	14	9%	21	13%	67	41%	27	17%	32	20%
Creatividad e innovación	9	6%	58	36%	42	26%	15	9%	37	23%
Trabajo en equipo	75	46%	49	30%	17	10%	14	9%	6	4%
Paciencia y perseverancia	15	9%	16	10%	29	18%	75	46%	26	16%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)

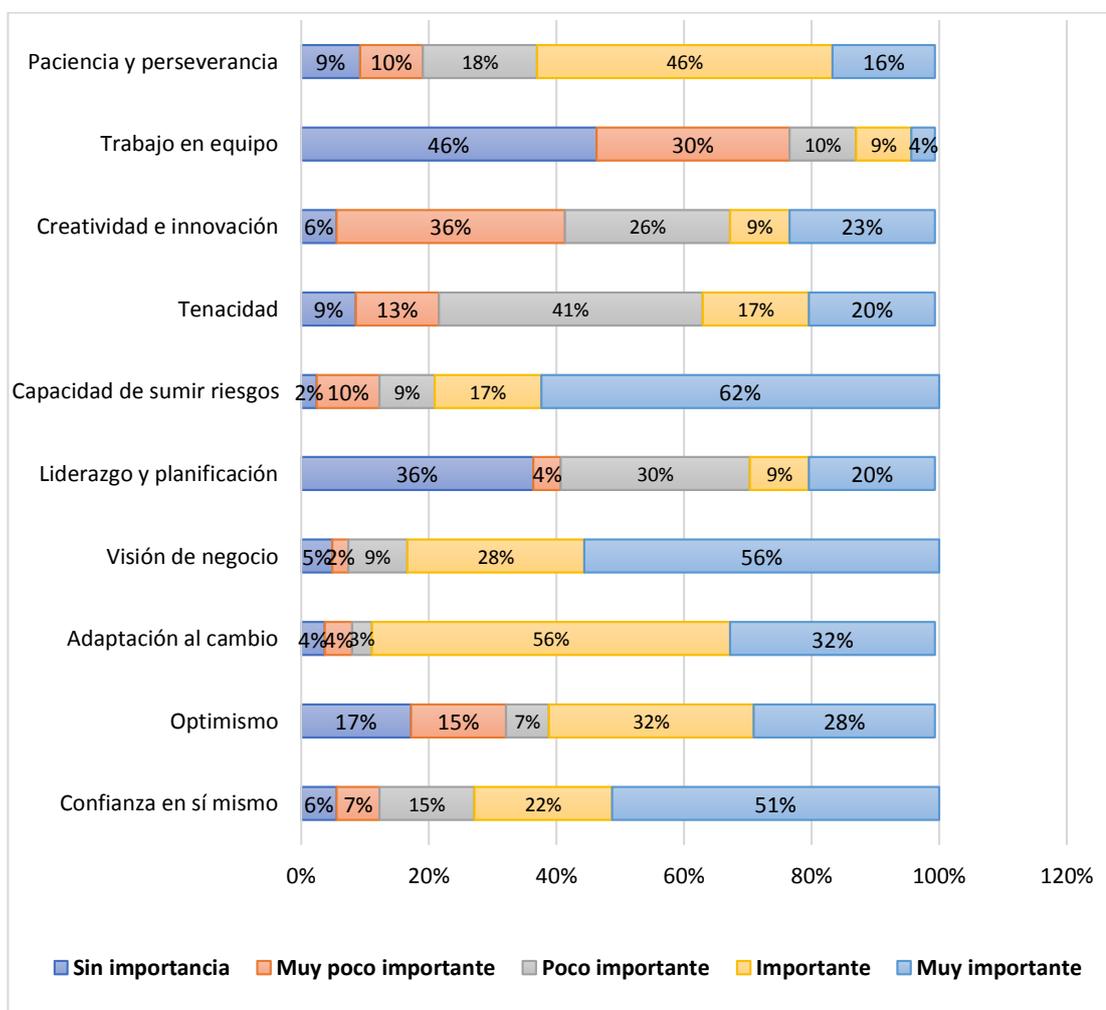


Gráfico 14. Cualidades y características del emprendedor

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)

Del total de la población encuestada, determinan que un emprendedor posee características y cualidades que debe reunir para poder emprender, de ellas un 62% indican que debe tener capacidad de asumir riesgos, un 56% poseer visión de negocio, un 51% confianza en sí mismo. Se evidencia que del total de encuestados la cualidades y características más importantes son capacidad de asumir riesgos, visión de negocio, confianza en sí mismo, paciencia y perseverancia, optimismo, entre los pocos importantes está tenacidad, mientras que es irrelevante el trabajo en equipo.

## 6. ¿Cuál es el grado de riesgo que se tiene que asumir a la hora de emprender en el sector gastronómico?

Tabla 11. Frecuencia de riesgo de emprender en el sector gastronómico

<b>RIESGO DE EMPRENDER EN EL SECTOR GASTRONÓMICO</b>	<b>FR</b>	<b>%</b>
Nulo	8	5%
Poco	12	7%
Medio	65	40%
Alto	37	23%
Muy alto	40	25%
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)

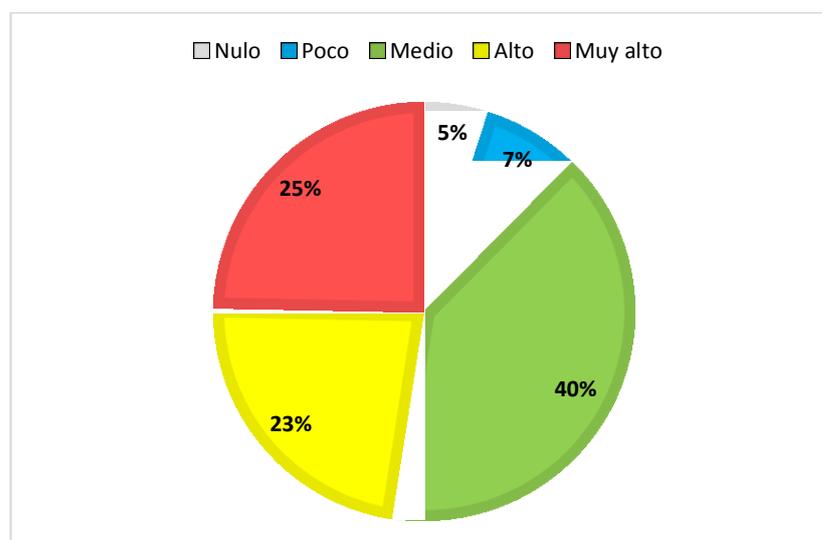


Gráfico 15. Riesgo de emprender en el sector gastronómico

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)

Del total de la población encuestada, el 25% indicaron que emprender tiene un riesgo muy alto, 23% alto, 40% medio, 7% poco y 5% nulo. Se evidencia que del total de encuestados en su mayoría determinan que el riesgo de emprender en el sector gastronómico es medio-alto y una décima parte piensan que no hay riesgos.

### 7. ¿Está usted de acuerdo que las actividades microempresarias del sector gastronómico dinamizan la economía de la ciudad de Ambato?

Tabla 12. Frecuencia del aporte a la dinámica económica de la ciudad de Ambato por actividades microempresarias del sector gastronómico

<b>APORTA A LA DINAMICA ECONOMICA DE LA CIUDAD DE AMBATO LAS ACTIVIDADES MICROEMPRESARIAS DEL SECTOR GASTRONOMICO</b>	<b>FR</b>	<b>%</b>
Si	119	73%
No	43	27%
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)

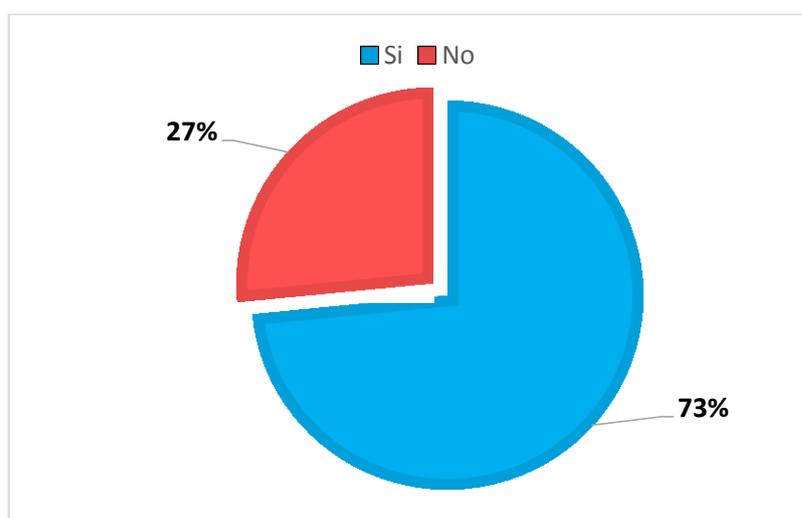


Gráfico 16. Aporte a la dinámica económica de la ciudad de Ambato por actividades microempresarias del sector gastronómico

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)

Del total de la población encuestada, el 27% considera que las actividades microempresarias del sector gastronómico no aportan a la dinámica económica de la ciudad de Ambato mientras que el 73% consideran que sí. Se evidencia que del total de encuestados tres cuartas partes consideran que las actividades microempresarias del sector gastronómico si aportan a la dinámica de la económica local de la ciudad de Ambato.

**8. Establezca el nivel de influencia de los siguientes factores a la hora de decidir realizar un emprendimiento (5 alto, 4 notable, 3 bastante, 2 poco, 1 nada)**

Tabla 13. Frecuencia de los factores que influyen en la decisión de emprender

<b>FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE EMPRENDER</b>	<b>1 nada</b>	<b>%</b>	<b>2 poco</b>	<b>%</b>	<b>3 bastante</b>	<b>%</b>	<b>4 notable</b>	<b>%</b>	<b>5 alto</b>	<b>%</b>
Cultura	17	10%	15	9%	41	25%	72	44%	17	10%
Educación y formación	14	9%	6	4%	17	10%	29	18%	96	59%
Familia	8	5%	35	22%	24	15%	86	53%	9	6%
Financiación	35	22%	59	36%	45	28%	12	7%	11	7%
Política	65	40%	49	30%	22	14%	8	5%	18	11%
Economía	12	7%	25	15%	35	22%	78	48%	12	7%
Oportunidad laboral	4	2%	14	9%	27	17%	52	32%	65	40%
Tecnología	9	6%	13	8%	24	15%	47	16%	69	43%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)

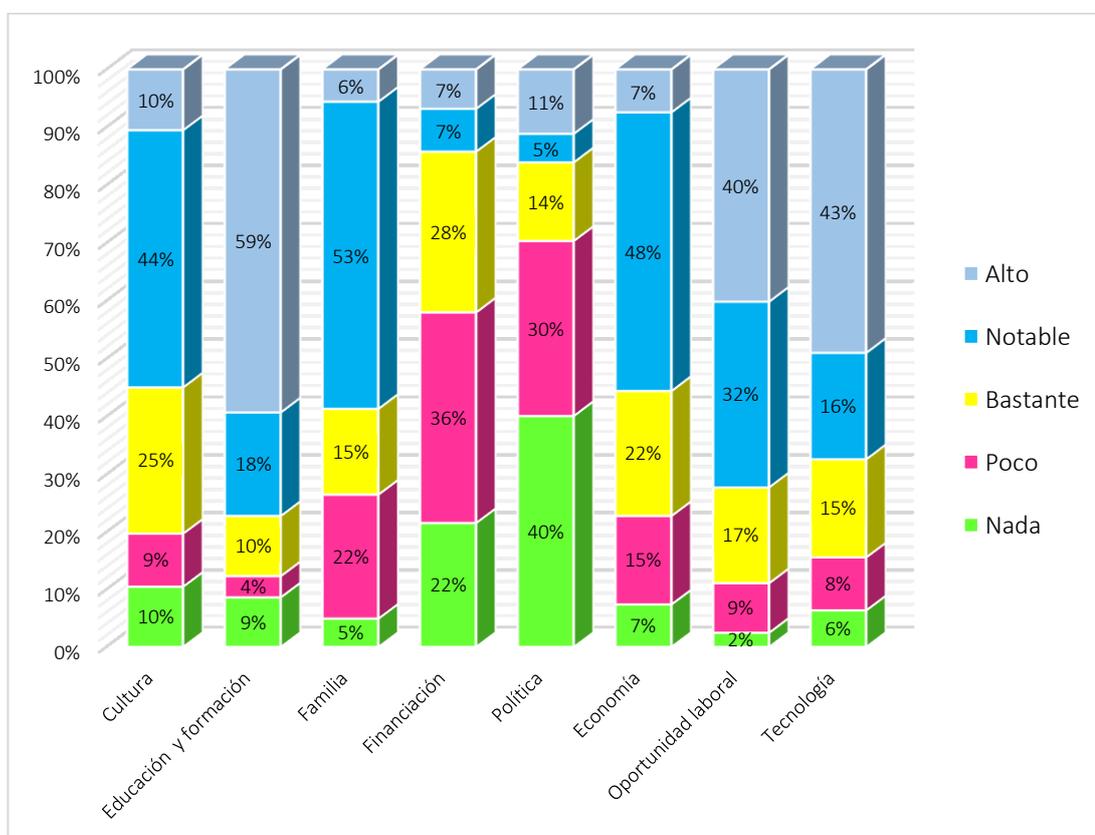


Gráfico 17. Factores que influyen en la decisión de emprender

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)

Del total de la población encuestada, los emprendedores indican que la cultura tiene un 44% de influencia a la hora de emprender, un 59% por educación y formación, un 53% por la familia, un 28% por la financiación, 14% por política, un 48% por economía, 40% por oportunidad laboral y 43% por causa tecnológica. Se evidencia que del total de encuestados existe un alto grado de influencia por factores como educación y formación, oportunidad laboral y tecnología, una notable influencia por familia, cultura y economía en contraste con baja influencia por política y financiación.

### 9. ¿En su familia existía ya una cultura emprendedora antes de iniciar su propio negocio?

Tabla 14. Frecuencia de cultura emprendedora en la familia

<b>CULTURA EMPRENDEDORA EN LA FAMILIA</b>	<b>FR</b>	<b>%</b>
Si	95	59%
No	67	41%
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)

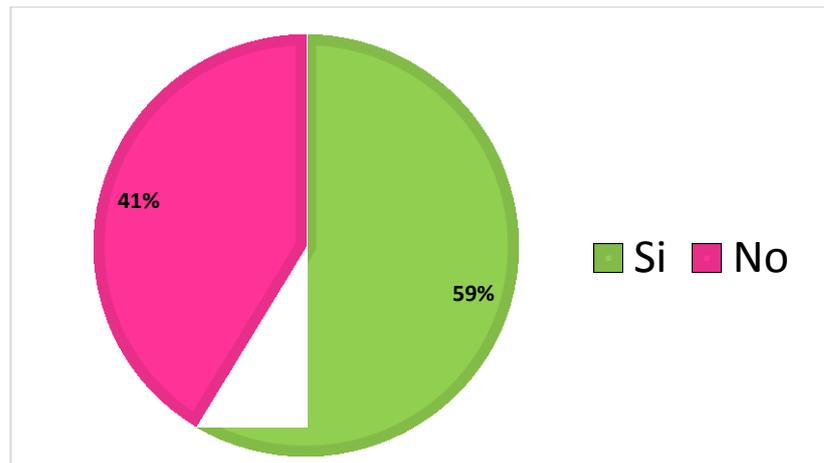


Gráfico 18. Cultura emprendedora en la familia

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)

Del total de la población encuestada el 59% indicó que en su familia ya tenían antecedentes de una cultura emprendedora mientras que el 41% no presentaban antecedentes de tener en la familia personas con negocios o emprendimientos previos. Se evidencia que del total de encuestados un poco más de la mitad de la población cuenta con antecedentes de que en su familia la cultura emprendedora ya existía.

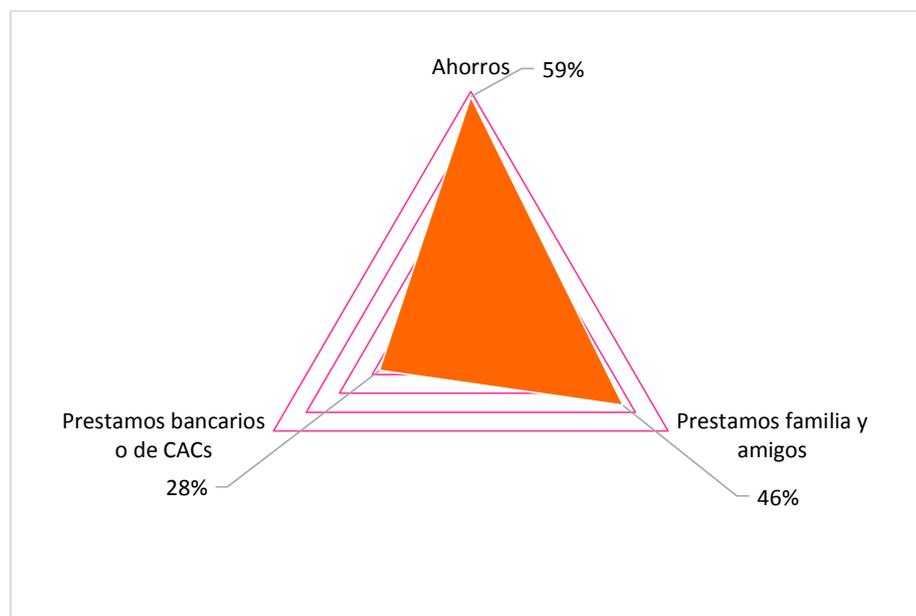
## 10. ¿De dónde provino su fuente de financiamiento para iniciar con el negocio y en qué porcentaje?

Tabla 15. Frecuencia de la fuente inicial de financiamiento para emprender

<b>FUENTE INICIAL DE FINANCIAMIENTO PARA EMPRENDER</b>	<b>FR</b>	<b>%</b>
Ahorros	95	59%
Préstamos familia y amigos	75	46%
Préstamos bancarios o de CACs	45	28%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)



**Gráfico 19.** Fuente inicial de financiamiento para emprender

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)

Del total de la población encuestada, el 59% indicaron que su fuente de financiamiento inicial para poner su negocio fueron de sus ahorros, un 46% provenía de préstamos a la familia y amigos y un 28% de préstamos bancarios o de cooperativas de ahorro y crédito. Se evidencia que del total de encuestados más de la mitad de emprendedores empezaron su negocio con fuente de financiamiento propia y a través de préstamos a sus familiares y amigos mientras que solo una cuarta parte tuvo préstamos de bancos y cooperativas de ahorro y crédito.

## 11. ¿Conoce de instituciones de apoyo al emprendimiento tales como Emprende fe, Muyu emprende, PRENDHO?

Tabla 16. Frecuencia de conocimiento de entidades que apoyan emprendimientos

CONOCIMIENTO DE INSTITUCIONES QUE APOYAN EL EMPRENDIMIENTO	FR	%
Si	48	30%
No	114	70%
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)

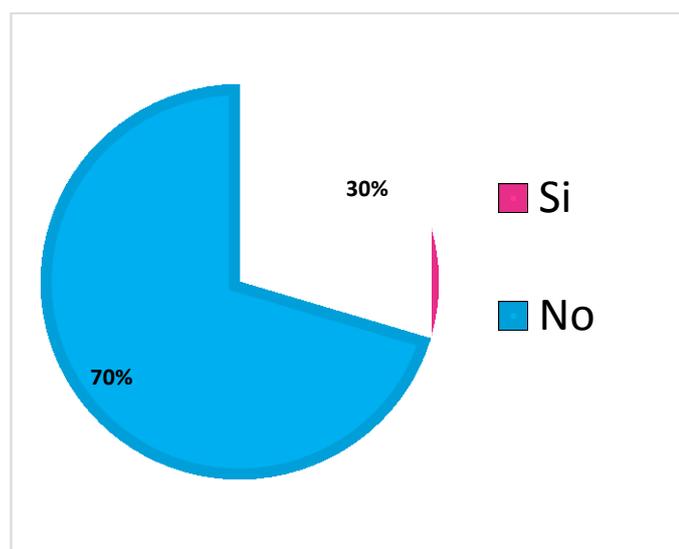


Gráfico 20. Conocimiento de entidades que apoyan emprendimientos

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)

Del total de la población encuestada, el 70% indicaron no tener conocimiento de instituciones que apoyen el emprendimiento mientras que solo el 30% indicaron que si conocían estas instituciones. Se evidencia que del total de encuestados alrededor de tres cuartas partes de los emprendedores no tienen conocimiento de instituciones que apoyen el emprendimiento y solo una cuarta parte que sí.

**12. En varios informes del gobierno ecuatoriano se indica que apoya el emprender y trabaja en conjunto con varias instituciones financieras para facilitar poner en marcha un negocio, sin embargo, ¿Cuál fue su experiencia a la hora de solicitar algún préstamo para su emprendimiento y los requisitos solicitados para el acceso a financiamiento?**

Tabla 17. Frecuencia de grado de satisfacción en la experiencia al solicitar un préstamo y los requisitos solicitados

<b>SATISFACCIÓN A LA HORA DE SOLICITAR PRESTAMOS PARA EMPRENDER</b>	<b>FR</b>	<b>%</b>
Altamente descontento	44	27%
Poca satisfacción	73	45%
Satisfacción promedio	23	14%
Satisfacción superior al promedio	7	4%
Altamente satisfactorio	15	9%
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)

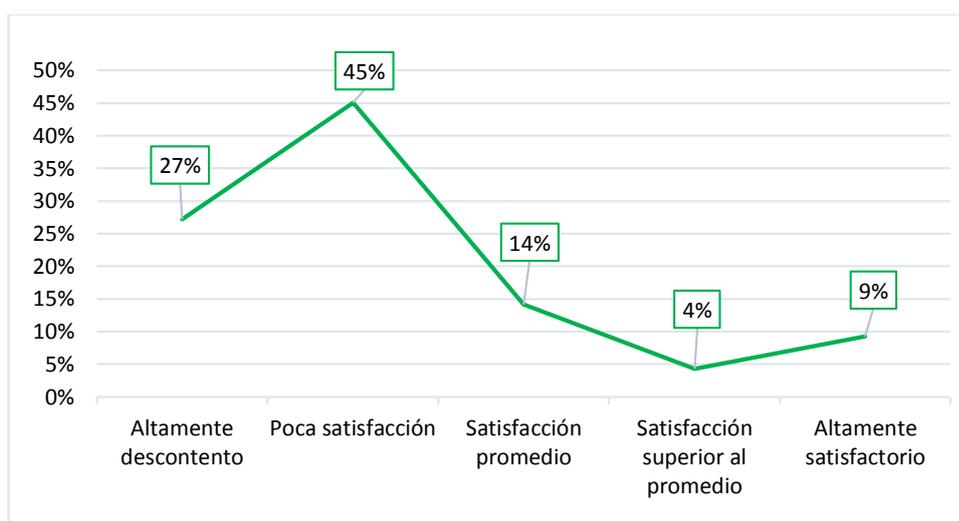


Gráfico 21. Grado de satisfacción en la experiencia al solicitar un préstamo y los requisitos solicitados

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)

Del total de la población encuestada, el 27% indica estar altamente descontento con los requisitos y la experiencia a la hora de solicitar préstamos para ejecutar un emprendimiento, el 45% indico tener poca satisfacción, el 14% tener una satisfacción promedio, un 4% presento un nivel de satisfacción superar al promedio y solo un 9% indico estar altamente satisfactorio. Se evidencia que del total de encuestados más de la mitad de los emprendedores indicaron estar descontentos con los requisitos para poder acceder a créditos y poder iniciar sus emprendimientos y solo un poco más de un cuarto de ellos indicaron estar satisfechos con los procesos y requisitos para poder acceder a financiación.

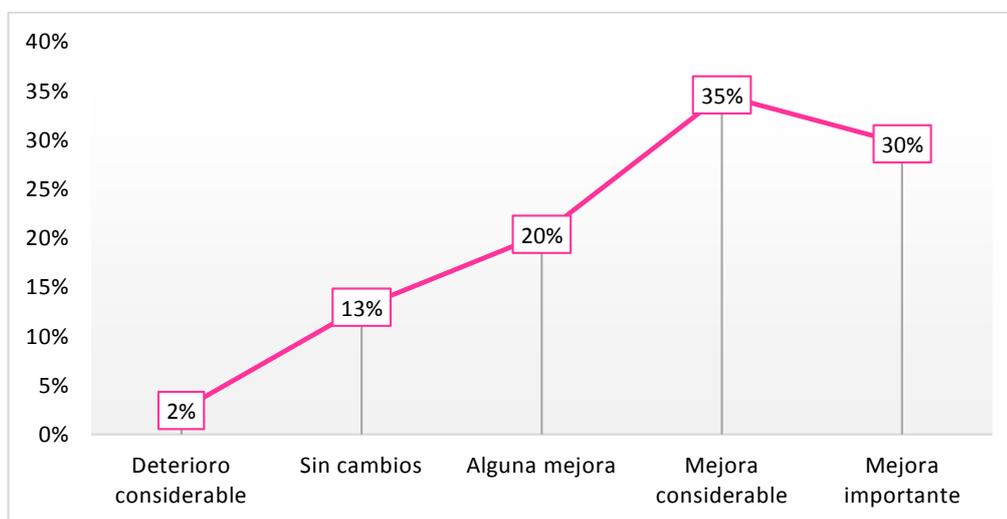
**13. En aspectos de la educación y formación de los jóvenes sobre el emprendimiento considera usted que ha existido cambios y mejoras relevantes que fomenten esta actividad como un medio para la superación y realización personal, así como el aporte a la sociedad a través de la generación de empleo y aportar a la economía local.**

Tabla 18. Frecuencia de la evidencia de mejora en educación y formación de jóvenes sobre el emprendimiento

<b>EVIDENCIA DE MEJORA EN EDUCACION Y FORMACION DE JÓVENES SOBRE EMPRENDIMIENTO</b>	<b>FR</b>	<b>%</b>
Deterioro considerable	4	2%
Sin cambios	21	13%
Alguna mejora	33	20%
Mejora considerable	56	35%
Mejora importante	48	30%
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)



**Gráfico 22.** Evidencia de mejora en educación y formación de jóvenes sobre el emprendimiento

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)

Del total de la población encuestada, un 2% de los emprendedores indican que existe un deterioro considerable en la educación y formación de los jóvenes sobre emprendimiento, un 13% indica que no existe cambios, un 20% que existe alguna mejora, un 35% determina que hay una mejora considerable y un 30% que existe mejoras importantes que impulsan esta actividad. Se evidencia que del total de encuestados un poco más de la mitad de emprendedores determinan que se evidencia

mejoras en la educación y formación de los jóvenes, casi un cuarto de ellos establece que existe alguna mejora y la otra parte no indican que no hay cambios o que la formación educativa está en deterioro.

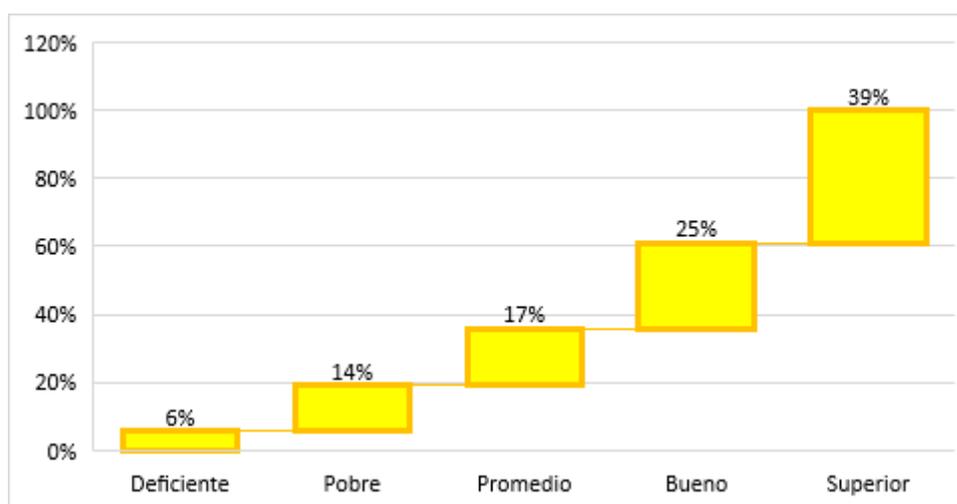
#### 14. ¿Cuál es el grado de impacto con el uso de tecnología dentro de los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Ambato?

Tabla 19. Frecuencia sobre el impacto del uso de tecnología dentro de emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Ambato

<b>IMPACTO DEL USO DE LA TECNOLOGÍA DENTRO DE EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS</b>	<b>FR</b>	<b>%</b>
Deficiente	9	6%
Pobre	22	14%
Promedio	27	17%
Bueno	41	25%
Superior	63	39%
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)



**Gráfico 23.** Impacto del uso de tecnología dentro de emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Ambato

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)

Del total de la población encuestada, el 39% de emprendedores indicaron que el impacto del uso de tecnología dentro de emprendimientos gastronómicos es superior, un 25% que es bueno, un 17% que es promedio, un 14% que es pobre y solo el 6% que es deficiente. Se evidencia que del total de encuestados cerca de tres cuartos de los

emprendedores consideran que el uso de tecnología dentro de los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Ambato presenta un impacto positivo, un 17% que tiene un impacto promedio y alrededor de una quinta parte que el impacto es pobre o deficiente.

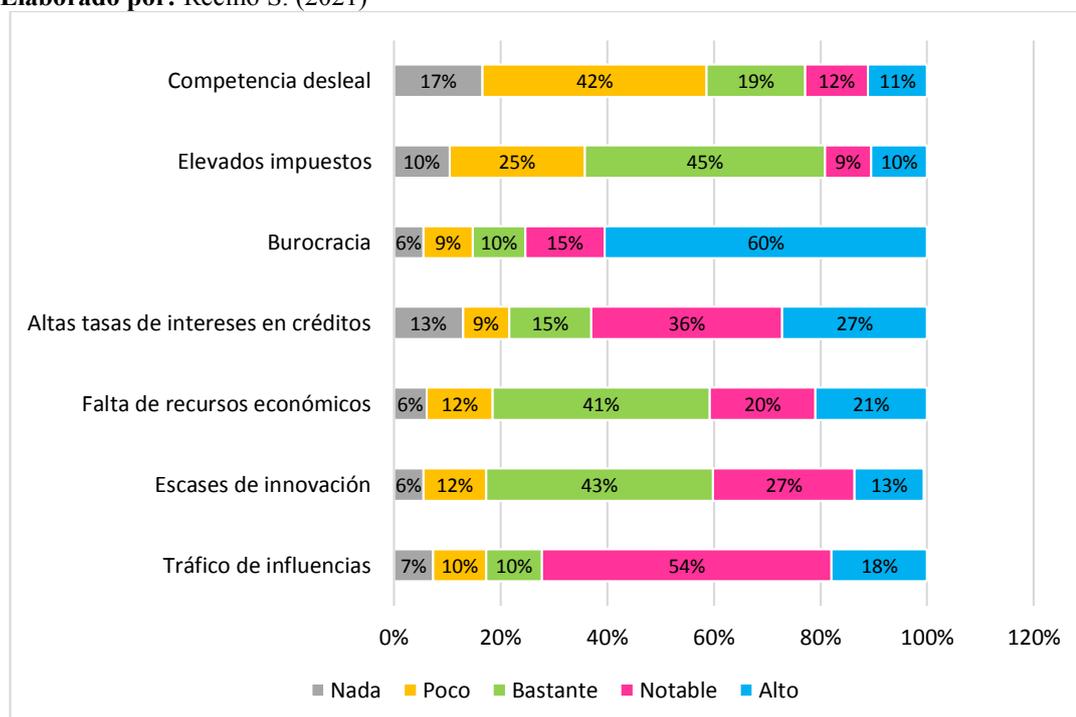
**15. Dentro de la política ecuatoriana se ha evidenciado que existe un alto nivel de corrupción en el manejo de recursos y mala administración pública; los cuales son factores que limitan el emprendimiento en el país. De acuerdo a su criterio cuales son los que más afectan esta actividad siendo 5 el más alto y 1 el más bajo.**

Tabla 20. Frecuencia de factores que limitan el emprendimiento

<b>FACTORES QUE LIMITAN EL EMPRENDIMIENTO</b>	<b>1 nada</b>	<b>%</b>	<b>2 poco</b>	<b>%</b>	<b>3 bastante</b>	<b>%</b>	<b>4 notable</b>	<b>%</b>	<b>5 alto</b>	<b>%</b>
Tráfico de influencias	12	7%	16	10%	17	10%	88	54%	29	18%
Escases de innovación	9	6%	19	12%	69	43%	44	27%	21	13%
Falta de recursos económicos	10	6%	20	12%	66	41%	32	20%	34	21%
Altas tasas de intereses en créditos	21	13%	14	9%	25	15%	58	36%	44	27%
Burocracia	9	6%	15	9%	16	10%	24	15%	98	60%
Elevados impuestos	17	10%	41	25%	73	45%	14	9%	17	10%
Competencia desleal	27	17%	68	42%	30	19%	19	12%	18	11%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Recillo S. (2021)



**Gráfico 24.** Factores que limitan el emprendimiento

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Recillo S. (2021)

Del total de la población encuestada, los emprendedores consideran que un 60% de emprendimientos se ven limitados por la burocracia, un 54% por el tráfico\* de influencias, un 43% por la escasez de innovación, un 41% por escasez de recursos económicos, un 42% por competencia desleal y 36% por altas tasas de intereses en créditos. Se evidencia que del total de encuestados los factores que presentan un índice bastante alto a la hora de limitar los emprendimientos se encuentran la burocracia, tráfico de influencias, elevados impuestos, falta de recursos y escasas de innovación, mientras que no influyen mucho la competencia desleal y elevados impuestos en créditos.

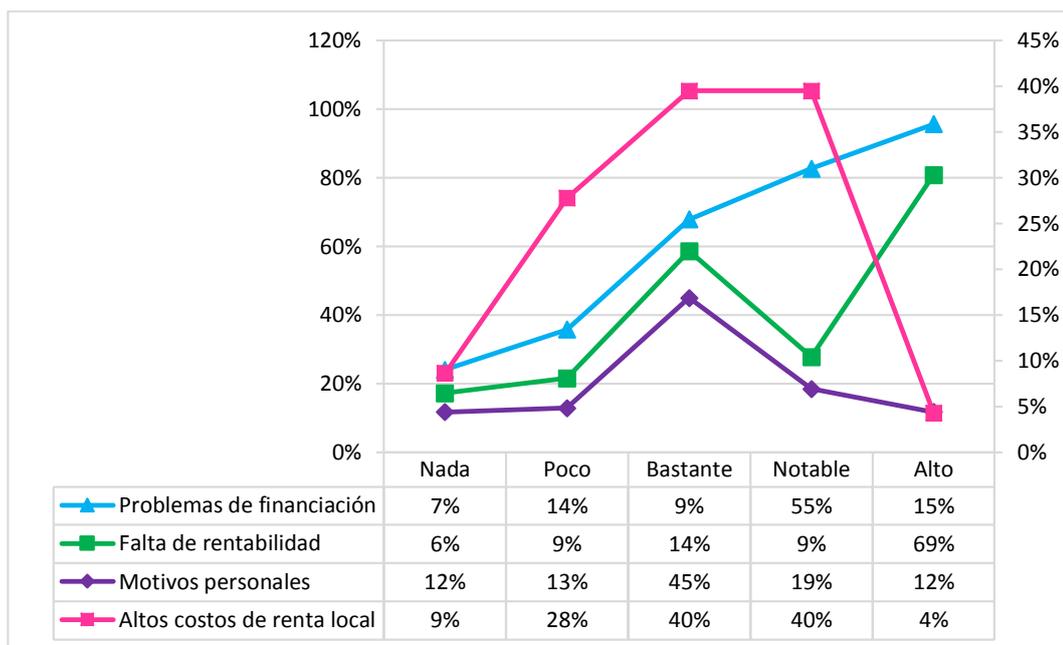
**16. Marque con una X el grado de relevancia para tener que cerrar un emprendimiento siendo 5 el más alto y 1 el más bajo.**

Tabla 21. Frecuencia de causas de cierre de emprendimientos

CAUSA DE CIERRE DE EMPRENDIMIENTOS	1 nada	%	2 poco	%	3 bastante	%	4 notable	%	5 alto	%
	Motivos personales	19	12%	21	13%	73	45%	30	19%	19
Falta de rentabilidad	9	6%	14	9%	17	10%	20	12%	102	63%
Problemas de financiación	11	7%	23	14%	15	9%	89	55%	24	15%
Altos costos de renta local	4	2%	45	28%	84	52%	22	52%	7	4%

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Recillo S. (2021)



**Gráfico 25.** Causas de cierre de emprendimientos

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Recillo S. (2021)

Del total de la población encuestada, los emprendedores señalaron que un 69% de negocios son cerrados por la falta de rentabilidad, un 55% por problemas de financiación, un 45% por motivos personales y un 40% por altos costos de la renta local. Se evidencia que del total de encuestados la causa con índice más alto para desistir de un emprendimiento es la falta de rentabilidad, seguido de problemas de financiación para mejoras o expansión del negocio, en un nivel intermedio indicaron por causas personales y por último por los costos de la renta del local.

### 3.2 Verificación de la hipótesis

Para medir la hipótesis “Los factores de mercado se relacionan con el riesgo para emprender” se utiliza el test de Spearman que se utiliza para escalas ordinales (García, y otros (2018) señalan que la evaluación de dos variables no necesariamente debe ser lineal dado que sino hay datos repetidos se produce una correlación de Spearman Perfecta con un margen de +1 o -1. Su formulación es:  $r_s = 1 - 6 \sum d^2 / n(n^2 - 1)$ . Para analizar la hipótesis se utiliza la pregunta que contiene: 1) Las cualidades y características de un emprendedor, y, 2) Los riesgos de emprender en el sector gastronómico, de lo cual se analiza, obteniendo la siguiente tabla.

Tabla 22. Verificación de la hipótesis por Test de Spearman

	Riesgo
Confianza en sí mismo	0.816
Optimismo	0.672
Adaptación al cambio	0.810
Visión de negocio	0.856
Liderazgo y planificación	0.540
Capacidad de asumir riesgos	0.854
Tenacidad	0.652
Creatividad e innovación	0.614
Trabajo en equipo	0.284*
Paciencia y perseverancia	0.694

\* posee un valor de significancia superior a 0.05

De los resultados observados se indica que el trabajo en equipo no se relaciona con el riesgo de emprender, sin embargo, en las demás cualidades del emprendedor y el riesgo asumido durante el emprendimiento se encuentra una evidencia estadísticamente significativa en factores como confianza en sí mismo, adaptación al cambio, visión de negocio, capacidad de asumir riesgo; pues a ciencia cierta el esfuerzo propio del emprendedor es lo que lo puede llevar a flote un nuevo negocio en un ambiente competitivo, carente de oportunidades y en constante crecimiento. Por lo indicado previamente, se indica que: los factores de mercado si se relacionan con la motivación para emprender.

## CAPÍTULO IV

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 4.1 Conclusiones

Globalmente, los factores de mercado de todo emprendimiento son la educación y capacitación empresarial que comprende el desarrollo de habilidades y capacidades del emprendedor con el fin de entrenar su adaptación al cambio a través de nuevas competencias, liderazgo y creatividad; las normas sociales y culturales atribuidas a los valores, creencias y costumbres de la sociedad; acceso a financiación conformado por el fondo destinado a proyectos de innovación y desarrollo de nuevos negocios como la expansión y mejora de negocios actuales; la transferencia de investigación y desarrollo para fomentar el conocimiento entre personas y empresas por medio del uso de la tecnología y las políticas de gobierno y programas de apoyo al emprendimiento que fomentan la mejora de la calidad de vida de los pequeños empresarios.

En el contexto nacional existen factores que tienen afectación significativa en la decisión de emprender, sin embargo, las características individuales del emprendedor son las que tienen mayor impacto; pues el nivel de ambición, la calidad educativa y la formación universitaria y profesional son los factores que fomentan el emprendimiento, aunque también destacan otros como la cultura, política y financiación.

Por su parte, los factores que influyen en la superación de la fase inicial del emprendimiento corresponden de forma directa a las actitudes y aspiraciones del emprendedor, pues si no se tuviese perseverancia, seguridad, creatividad, tenacidad, innovación, capacidad de asumir riesgo y visión de negocio sería imposible sobrellevar situaciones difíciles a la hora de poner en marcha una idea de negocio, de igual manera en este sentido se incluye que se debe tener conocimiento en temas de autoempleo o una formación superior en temas relacionados a la empresa como Marketing, Gestión de empresas y Manejo de nuevas tecnologías.

En síntesis, el emprendimiento dentro del sector gastronómico surge como la solución autónoma de los ciudadanos para contrarrestar los altos índices de desempleo, pobreza, violencia, marginación y para mejorar la calidad de vida de ellos mismos y de sus

familias. Sin embargo, aunque existe una gran motivación interna para empezar un negocio propio existen factores externos que afectan la decisión de emprender tales como apoyo financiero, políticas de gobierno inflexibles, condiciones de mercado en criterio de economía y legislación no óptimas y las normas sociales y culturales y nivel de formación académica deficiente en materia de emprendimiento.

#### **4.2 Recomendaciones**

Se debe realizar capacitaciones constantes a los pequeños y medianos emprendedores con apoyo del Gobierno a través de sus programas de incentivos, pues si bien es cierto que las universidades fomentan este tipo de actividad por medio de talleres, seminarios y direccionamiento a través de la propia malla curricular de las carreras administrativas su participación es relativamente baja en comparación con aquellas asesorías impartidas por entidades privadas todo con el fin de fortalecer el perfil del emprendedor y facilitar la capacidad de identificación de nuevas oportunidades de negocios.

De manera general, los emprendedores deberían desarrollar competencias de Emprendimiento en función de las características sociales y culturales que estos posean, pues si bien es cierto que cada persona tiene espíritu emprendedor este se ve influenciado por los patrones de conductas de la sociedad y los procesos que implica la apertura de nuevos negocios y dejar a un lado la zona de confort de ser empleados tradicionales.

Por otra parte, los emprendedores tienen el deber de planificar su idea de negocio dado que muchas de las veces sus proyectos poseen objetivos poco realistas y expectativas demasiado altas desde el inicio de sus actividades generando un cierre anticipado del negocio pues, aunque planificar no garantice el éxito de los emprendimientos de cualquier índole reduce en gran medida las posibilidades de cometer errores.

En síntesis, es importante señalar que todo emprendimiento requiere de acceso a financiamiento de forma más ágil, estudio de sostenibilidad en el ambiente donde se ejecute, tener elementos de innovación para que se logre diferenciar de otros negocios similares con el fin de disminuir el cambio preferencial de los consumidores.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abad, M. (24 de noviembre de 2019). Haciendo Negocios en Ecuador. Primicias.
- Acosta, M., & Delfin, F. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. *Pensamiento y Gestión*(40).
- Alban, G., Guananga, L., & Rodríguez, M. (2018). Situación y gestión del emprendimiento. *Creative*, 1-100.
- Alianza para el emprendimiento y la innovación. (2014). *Ecuador un país emprendedor e innovador en el 2020*. aei.
- Alvarado, C., González, C., & Marín, C. (2017). Diseño y Validación de una Encuesta para la Caracterización de Unidades de Producción Caprina. *Revista de la Facultad de Ciencias Veterinarias*, 58(2).
- Alvarado, D., Baque, M., & Barreto, R. (2021). Emprendimiento e innovación del sector microempresarial ecuatoriano durante la pandemia covid- 19. *Polo del Conocimiento*, 6(3), 2145-2164.
- Álvarez, S., Crespata, N., Guerrero, M., & Soria, D. (octubre-diciembre de 2020). Investigación, desarrollo e innovación en la Educación Superior del Ecuador. *FIPCAEC*, 5(4), 225-237.
- Amaya, A., Lasio, V., Ordeñana, X., & Zambrano, J. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020*. ESPAE.
- Amón, O., Astudillo, S., Carpio, X., Cordero, J., & Delgado, J. (2011). Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas del área urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador. *MASKANA*, 2(2), 27-37.
- Amorós, J. (2011). El proyecto Global Entrepreneurship Monitor GEM: una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Academia, Revista Latinoamericana de Administración*(46), 1-15.
- Aquino, I., Machado, O. O., & Salinas, S. (23 de junio de 2016). Políticas del Estado Ecuatoriano y su relación con el desarrollo del emprendimiento. (pág. 21). Guayaquil: Yachana Revista Científica. Recuperado el 22 de septiembre de 2021

- Arteaga, M. E., & Lasio, V. (2009). Empresas dinámicas en Ecuador: factores de éxito y competencias de sus fundadores. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*(42), 49-67.
- Avilés, E., García, E., & Ordoñez, L. (2016). Motivaciones y obstáculos para el emprendedurismo: una perspectiva de género desde los jóvenes universitarios. *Retos, 11*(1), 41-50.
- Bajaña, I., Guerrero, G., Moreira, M., Pico, B., & Villarroel, J. (enero-junio de 2018). Factores que Influyen en el Emprendimiento y su Incidencia en el Desarrollo Económico del Ecuador. *Revista Ciencias Sociales y Económicas, 1*(2), 1-22.
- Banco de Desarrollo de América Latina. (9 de julio de 2013). *Emprendimientos en América Latina: desde la subsistencia hacia la transformación productiva*.
- Banco Mundial. (1 de abril de 2021). *Ecuador: panorama general*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>
- Batista, R., Bolívar, A., & Medina, P. (julio-septiembre de 2016). Monitorización del proceso emprendedor a través del modelo de negocio. *Innovar, 26*(61), 86-101.
- Borja, A., Carvajal, H., & Vite, H. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Espacios, 41*(24).
- Brito, L., Jordán, J., Pacheco, A., & Serrano, B. (2016). Capacidad emprendedora desde la perspectiva de género. *Opción, 32*(81), 238-261.
- Burbano, C., & Salazar, D. (2017). Análisis de la oferta gastronómica, una perspectiva comercial a través del marketing de servicios: Caso sector La Rumipamba, Pichincha, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo, 13*(1), 2-14.
- Caldera, D., & Escamilla, Z. (enero-junio de 2013). Análisis de los factores socioeconómicos y psicosociales en mujeres y hombres emprendedores nacientes en México. *Investigación administrativa, 42*(111), 7-19.
- Calzadilla, A., & Díaz, V. (2016). Artículos científicos, tipos de investigación y productividad científica en las Ciencias de la Salud. *Revista Ciencias de la Salud, 14*(1), 115-121.

- Camisón, C., & Gómez, J. (2019). *Diagnóstico del Espíritu Emprendedor y la actitud ante el emprendimiento de los jóvenes preuniversitarios de la Comunidad Valenciana*. España: Universitat de València.
- Cárdenas, J., Guzmán, A., Sánchez, C., & Vanegas, J. (2015). ¿Qué se crea al fomentar el emprendimiento? Los principales impactos de la formación en este campo? *Universidad & Empresa*, 179-190.
- Carreón, J., & Saiz, J. (2019). Opportunity Motivation and Growth Aspirations of Mexican Entrepreneurs: The Moderating Role of the Household Income. *Sustainability*, 11(22).
- CEU Universities. (19 de mayo de 2019). *¿Cuáles son las etapas de un emprendimiento y cómo pueden ayudarte las Universidades CEU?* Obtenido de <https://www.ceuuniversities.com/cuales-son-las-etapas-de-un-emprendimiento-y-como-pueden-ayudarte-las-universidades-ceu/>
- Chacón, F. (2015). *Indicadores internacionales de desarrollo: seguimiento e interpretación*. Costa Rica: Competitividad.
- Coba, G. (febrero de 2021). *Ecuador: un país de emprendedores, pero con poca innovación*.
- Cordova, A., Moina, P., & Morales, L. (2020). Crecimiento económico en una región emprendedora en el Ecuador. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(19), 65-80.
- Diccionario de la Lengua Española. (2001). Madrid, España: Calpe.
- Diez, S., Fernandez, P., & Vargas, M. A. (2019). Factores que inciden en la creación de una unidad de negocio. *Revista Espacios*, 40(27), 7.
- Duarte, F. (2007). Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. *Contabilidad y Negocios*, 46-56.
- Dutrénit, G., & Martínez, N. (2020). Naturaleza de la innovación y modelo de negocios en el emprendimiento innovador. *Problemas del desarrollo*, 50(199).

- Erazo, J., Matovelle, M., Narváez, C., & Tapia, H. (2020). Estrategias para el fomentar el emprendimiento y desarrollo empresarial: Caso. Universidad Católica de Cuenca. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10).
- Escofet, A., Folgueiras, P., Luna, E., & Palou, B. (julio-septiembre de 2016). Elaboración y validación de un cuestionario para la valoración de proyectos de aprendizaje-servicio. *Revista mexicana de investigación educativa*, 21(70), 929-949.
- Escolar, M. C., Luis, M. I., & Palmero, C. (2015). Impacto de la educación en el emprendimiento. Making-of y análisis de tres grupos de discusión. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*(25), 221-250.
- Espinoza, E. (enero-marzo de 2018). La hipótesis en la investigación. *MENDIVE*, 16(1), 122-139.
- ESPOL. (15 de julio de 2020). *En Ecuador en el 2019, emprendieron alrededor de 3.6 millones de habitantes*. Obtenido de <https://www.espol.edu.ec/es/noticias/en-ecuador-en-el-2019-emprendieron-alrededor-de-36-millones-de-habitantes>
- Facheli, S., & López, P. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa* (1era ed.). Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Federación Ecuatoriana de Exportadores. (5 de abril de 2021). *DOING BUSINESS: ECUADOR 2020*.
- Figueredo, A., León, R., & Martínez, M. (2019). Procedimiento para el procesamiento de información científica en la DPI de la carrera Ingeniería Forestal. *Biblios*(75), 46-61.
- Gabriel, J. (2017). Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación. *Journal of the Selva Andina Research Society*, 8(2), 145-146.
- Garcés, G., Peña, C., & Serafim, S. (2020). Los emprendedores zombis: emprendimiento en etapa inicial que no crea empresa en el contexto latinoamericano. *Estudios Gerenciales*, 36(156), 351-363.
- García, E. (2020). *Empresa y administración* (1er ed.). España: Paraninfo.

- García, N., Grande, L., Manterola, C., Otzen, T., Quiroz, G., & Salazar, P. (2018). Confiabilidad, precisión o reproducibilidad de las mediciones. Métodos de valoración, utilidad y aplicaciones en la práctica clínica. *Rev Chilena Infectol*, 35(6), 680-688.
- García, S. (16 de mayo de 2019). *El emprendimiento como recurso y agente de cambio en la educación*. Tecnológico de Monterrey, México.
- Gómez, C., Silva, M. d., González, Y., & Parga, N. (2018). El Perfil de los Empresarios y la Creación de Empresas en el Municipio de Villa Hidalgo, Ja. *Conciencia Tecnológica*(55).
- González, R. (13 de febrero de 2021). Ecuador: un país de emprendedores, pero con poca innovación. (G. Coba, Entrevistador)
- Guerra, H., Moreno, Z., Olivares, M., & Ovalle, L. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(81), 217-234.
- Jiménez, Y., & Suárez, M. (26 de julio de 2014). Investigación de campo como herramienta metodológica para la resolución de problemas. *Gerencia e Innovación en el Proceso Educativo*.
- Juárez, L., Martínez, J., & Palacios, G. (2020). Diseño y validación del instrumento “enfoque directivo en la gestión para resultados en la sociedad del conocimiento”. *Revistas*, 41(1), 13.
- Kantis, H., Federico, J., & Ibarra, S. (2014). *Índice de condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico : una herramienta para la acción en América Latina*. : Asociación Civil Red Pymes Mercosur.
- La Hora. (4 de junio de 2020). *El 20% de restaurantes y cafetería cumple con la adecuación de medidas de bioseguridad*.
- Lara, G., Maldonado, B., & Maya, A. (2017). Actividad emprendedora y competitividad en el Ecuador. *Revista Global de Negocios*, 6(1), 29-444.
- Lasio, V., & Zambrano, J. (2016). *INANCIAMIENTO PARA EMPRENDEDORES Reporte Especial GEM ECUADOR 2015*. ESPAE.

- Lazo, J., & Melo, X. (julio-septiembre de 2020). Actitud emprendedora de médicos especialistas en un hospital de Huancavelica, Perú. *Horizonte Médico*, 20(3).
- Lind, D., Marchal, W., & Wathen, S. (2012). *Estadística aplicada a los negocios y la economía* (15va ed.). México: McGRAW-HILL.
- López, C., Ríos, M., & Sánchez, M. (julio-septiembre de 2017). Estructura de mercado y responsabilidad social empresarial em Mipymes Mexicanas: el vínculo entre preferencias individuales y sociales. *Revista Brasileira de Marketing*, 16(3), 410-425.
- López, P. (2004). Población, muestra y muestreo. *Punto Cero*, 9(8).
- Martínez, J. (julio de 2020). *Trabajo de campo en la investigación comercial*. Ediciones Paraninfo.
- Marulanda, F., & Morales, S. (julio-diciembre de 2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Escuela de administración de negocios*(81), 12-28.
- Mendez, J. (2019). *Factores socioculturales que influyen en emprendimientos sostenibles*. Colombia: Universidad Militar Nueva Granada.
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2020). Gobierno destina USD 10'050.000 para emprendimientos y mipymes que desarrollen innovación productiva. Ecuador.
- Ministerio de Turismo. (17 de junio de 2021). *Establecimientos Registrados*. Ambato.
- Montufar, C. (2009). *Ecuador: balance de una Decada* (1era ed.). Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Moreno, J. (junio de 2019). *Factores clave en la intención de emprender de los estudiantes universitarios: el papel moderador del entorno*. España: Universidad de la Rioja.
- Moreno, Z., Olivares, M., Ovalles, L., & Silva, H. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(81), 217-234.
- Navarrete, H. (2010). La habilidad No. 1 para emprender. *Revista Ventas*, 10.

- Navas, A. (9 de febrero de 2009). El emprendedor es quién materializa sus sueños. *Revista Líderes*, 19.
- Orellana, D., & Sánchez, M. (2006). Técnicas de recolección de datos en entornos virtuales más usada en la investigación cualitativa. *Revista de Investigación Educativa*, 24(1), 205-222.
- Osorio, L., & Salinas, F. (2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *CIRIEC-España*, 128-151.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol*, 35(1), 227-232.
- Paz, R., & Quezada, P. (2019). Análisis de los emprendimientos de gastronomía y su incidencia en la generación de empleo en la comuna San Pablo del Cantón Santa Elena. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*.
- Querejazu, C. (enero-junio de 2020). Aproximación teórica a las causas del emprendimiento. *Economía Teoría y Práctica*(52), 69-98.
- Ramírez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*(26).
- Registro Oficial. (28 de febrero de 2020). *Ley Orgánica de Emprendimiento e innovación*.
- Revista Líderes. (6 de junio de 2016). *El nuevo emprendedor tiene retos por superar*. Quito.
- Revista Líderes. (2021). *Ecuador lidera la tasa de emprendimiento por necesidad en la región*.
- Reyes, J., & Hidalgo, A. (2020). Actitud emprendedora desde una perspectiva digital. *593 Digital Publisher CEIT*, 5(51), 90-106.
- Rodríguez, G., Rodríguez, L., & Uldarico, Á. (enero-junio de 2014). Apoyo al emprendimiento: De la teoría a la práctica. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 76, 128-143.

- Rodríguez, N., Rodríguez, V., Ramírez, E., Cediell, S., Gil, F., & Rondón, M. (2016). Aspectos metodológicos del diseño de muestra para la Encuesta Nacional de Salud Mental 2015. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 45(1), 26-30.
- Rojas, M. (2015). Tipos de Investigación científica: Una simplificación de la complicada incoherente nomenclatura y clasificación. *REDVET. Revista Electrónica de Veterinaria*, 16(1), 1-14.
- Ruiz, D., & Almeida, R. (2021). Análisis del comportamiento del consumidor socialmente Responsable. *Perspectivas*(47), 9-32.
- Santamaría, E., López, S., Miranda, R., & López, E. (Julio-Septiembre de 2020). Cadena de suministro en servicios turísticos en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*(91), 869-884.
- Sastre, R. (enero-junio de 2013). La motivación emprendedora y los factores que contribuyen con el éxito del emprendimiento. *Ciencias Administrativas*(1), 1-10.
- Sparano, H. (2014). Emprendimiento en América Latina y su impacto en la gestión de proyectos. *Revista Dimensión Empresarial*, 12(2), 95-106.
- Tavera, A. (2020). *Millonario Emprendedor*. México: Glat Entertainment.
- Torres, P. (abril-junio de 2016). Acerca de los enfoques cuantitativo y cualitativo en la investigación educativa cubana actual. *Atenas*, 2(34).
- Torroba, L. (2014). *Factores clave en el desarrollo del emprendimiento* . Madrid: ICAE .
- Triola, . (2004). *Estadística* (9na ed.). Pearson Educación.
- Uttermann, R., & Vargas, M. A. (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90), 709-720.
- Vasquez, J. (2016). *El emprendimiento empresarial. La importancia de ser emprendedor* (2da ed.). Estados Unidos: IT Campus Academy.
- Velásquez, P., & Veintimilla, J. (2017). Condiciones teóricas a la actividad emprendedora temprana TEA. *Boletín Redipe*, 6(4).

- Ventura, J. (octubre-diciembre de 2017). ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria. *Revista Cubana de Salud Pública*, 43(4), 648-649.
- Vizueta, V. (septiembre-diciembre de 2020). Los factores que afectan a los emprendimientos en el Ecuador. *INNOVA Research Journal*, 5(3.2), 122-133.
- Zamora, C. (11 de noviembre de 2017). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Revista Espacios*.

## ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS



**Objetivo:** Recolectar información sobre los factores que influyen en la fase inicial de emprendimientos del sector gastronómico de la ciudad de Ambato

**Instrucciones:**

- Lea detenidamente las preguntas del cuestionario.
- Marque con una X o según corresponda la respuesta que esté más cercana a la realidad como emprendedor.

**Encuesta dirigida a propietarios de negocios del sector gastronómico de la ciudad de Ambato**

### CUESTIONARIO

#### DIMENSION 1. SOBRE EL EMPRENDEDOR

**1. ¿Cuál es el nivel educativo que usted alcanzó?**

Básico	<input type="checkbox"/>		
Bachillerato	<input type="checkbox"/>		
Superior	<input type="checkbox"/>	Título	_____
Posgrado	<input type="checkbox"/>	Título	_____

**2. ¿Cuál era su situación laboral antes de iniciar su emprendimiento o negocio?**

Independiente	<input type="checkbox"/>	Mencione en que emprendimiento se encontraba antes de iniciar con este negocio _____
Dependiente	<input type="checkbox"/>	Tipo de trabajo que realizaba _____
Desempleado	<input type="checkbox"/>	Tiempo que estuvo sin un trabajo _____

**3. Indique que piensa sobre un emprendedor:**

Se hace	<input type="checkbox"/>	Nace	<input type="checkbox"/>
---------	--------------------------	------	--------------------------

**4. ¿Cuál fue el principal factor de motivación para iniciar su emprendimiento?**

Necesidad	<input type="checkbox"/>
Oportunidad	<input type="checkbox"/>
Autorrealización personal	<input type="checkbox"/>
Generar empleo	<input type="checkbox"/>
Tradición familiar	<input type="checkbox"/>

5. De la siguiente lista de palabras señale cuál es el grado de importancia de las cualidades y características que debe tener una persona para poder emprender (5 muy importante, 4 de poca importancia, 3 poco importante, 2 muy poco importante, 1 sin importancia).

	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Confianza en sí mismo						Capacidad de asumir riesgos					
Optimismo						Tenacidad					
Adaptación al cambio						Creatividad e innovación					
Visión de negocio						Trabajo en equipo					
Liderazgo y planificación						Paciencia y perseverancia					

#### DIMENSION 2. SOBRE EL EMPRENDIMIENTO

6. ¿Cuál es el grado de riesgo que se tiene que asumir a la hora de emprender en el sector gastronómico?

1 nulo	2 poco	3 medio	4 alto	5 muy alto

7. ¿Está usted de acuerdo que las actividades microempresarias del sector gastronómico dinamizan la economía de la ciudad de Ambato?

SI	
NO	

#### DIMENSION 3. SOBRE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL EMPRENDIMIENTO

8. Establezca el nivel de influencia de los siguientes factores a la hora de decidir realizar un emprendimiento (5 alto, 4 notable, 3 bastante, 2 poco, 1 nada)

	1	2	3	4	5
Cultura					
Educación y Formación					
Familia					
Financiación					
Política					
Economía					
Oportunidad laboral					
Tecnología					

9. ¿En su familia existía ya una cultura emprendedora antes de iniciar su propio negocio?

SI	
NO	

10. ¿De dónde provino su fuente de financiamiento para iniciar con el negocio y en qué porcentaje?

Ahorros	Prestamos Familiares y amigos	Préstamos bancarios o de CACs

11. ¿Conoce de instituciones de apoyo al emprendimiento tales como Emprende fe, Muyu emprende, PRENDHO?

SI	
NO	

12. En varios informes del gobierno ecuatoriano se indica que apoya el emprender y trabaja en conjunto con varias instituciones financieras para facilitar poner en marcha un negocio, sin embargo, ¿Cuál fue su experiencia a la hora de solicitar algún préstamo para su emprendimiento y los requisitos solicitados para el acceso a financiamiento?

1 altamente descontento	2 poca satisfacción	3 satisfacción promedio	4 satisfacción superior al promedio	5 altamente satisfactorio

13. En aspectos de la educación y formación de los jóvenes sobre el emprendimiento considera usted que ha existido cambios y mejoras relevantes que fomenten esta actividad como un medio para la superación y realización personal, así como el aporte a la sociedad a través de la generación de empleo y aportar a la economía local.

1 deterioro considerable	2 sin cambios	3 alguna mejora	4 mejora considerable	5 mejora importante

14. ¿Cuál es el grado de impacto con el uso de tecnología dentro de los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Ambato?

1 deficiente	2 pobre	3 promedio	4 bueno	5 superior

15. Dentro de la política ecuatoriana se ha evidenciado que existe un alto nivel de corrupción en el manejo de recursos y mala administración pública; los cuales son factores que limitan el emprendimiento en el país. De acuerdo a su criterio cuales son los que más afectan esta actividad siendo 5 el más alto y 1 el más bajo.

	1	2	3	4	5
Tráfico de influencias					
Escasa de innovación					
Falta de recursos económicos					
Altas tasas de interés					
Burocracia					
Elevados impuestos					
Competencia desleal					

**16. Marque con una X el grado de relevancia para tener que cerrar un emprendimiento siendo 5 el más alto y 1 el más bajo.**

	1	2	3	4	5
Motivos personales					
Falta de rentabilidad					
Falta de financiación					
Altos costos de renta local					

*Gracias por su colaboración*