

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto
investigación previo a la obtención del Título de
Licenciado de Empresas**

**TEMA: “El capital social y bienestar subjetivo: un
estudio en las PYMES de la provincia de Sucumbíos”**

AUTOR: Tairon Santiago Rosero Guadalupe

TUTOR: Ing. Diana Cristina Morales Urrutia, PhD

AMBATO – ECUADOR

Marzo 2022



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Diana Cristina Morales Urrutia, PhD

CERTIFICA

En mi calidad de tutora del trabajo de titulación “**Capital social y bienestar subjetivo: un estudio en las PYMES de la provincia de Sucumbíos**” presentado por el señor Tairon Santiago Rosero Guadalupe, para optar por el título de Licenciado de Empresas, **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, 16 de marzo del 2022

Ing. Diana Cristina Morales Urrutia, PhD
C.I.: 1803547262

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Tairon Santiago Rosero Guadalupe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Tairon Santiago Rosero Guadalupe
C.I.: 2100629100

APROBACIÓN DEL 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.



Firmado electrónicamente por:
**PILAR LORENA
RIVERA
BADILLO**

Lcda. Mg. Lorena Rivera Badillo, PhD
C.I.: 0912139136



Firmado electrónicamente por:
**ELIAS DAVID
CAISA**

Ing. Mg. Elias David Caisa Yucailla
C.I.: 1803458668

Ambato, 16 de marzo 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.



Tairon Santiago Rosero Guadalupe
C.I.: 2100629100

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado primeramente a Dios, quien me ha dado la sabiduría, la fuerza y la motivación para culminar con mi carrera y así permitirme cumplir una de mis más grandes metas.

A mis padres, Juan y Matilde por su infinito amor y todo su sacrificio para que yo pudiera empezar y culminar mis estudios universitarios, brindándome consejos, permitiéndome vivir solo en una ciudad totalmente nueva para mí, por darme su entera confianza, por todas esas veces que los extrañé y siempre me dieron palabras de ánimo, simplemente gracias.

A mis tías, por ser mi segunda mamá y siempre apoyarme en todo, por ese infinito amor y paciencia, por haberme apoyado en mis estudios de toda forma posible, por ayudarme cuando más lo necesité y estuvieron ahí para mí.

A los verdaderos amigos que hice en la Universidad, a pesar que fueron pocos, me ayudaron enormemente a sobrellevar mi vida como ‘foráneo’ cuidando mi paz mental con tan solo pequeños detalles como conversar.

Mil gracias

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la sabiduría y el entendimiento, por no dejarme solo cuando más lo necesité, por ser mi guía espiritual y no permitir que nada malo me pase.

A mis padres y toda mi familia por brindarme el apoyo incondicional para que yo pudiera estudiar la carrera que me gusta y también culminarla.

A la Universidad Técnica de Ambato y a la Facultad de Ciencias Administrativas por abrirme sus puertas y brindarme la oportunidad de educarme para formarme personal y profesionalmente con todos los conocimientos brindados por parte de sus docentes.

A la Ing. Diana Morales. PhD, por ser el guía en todo el proceso de elaboración de este trabajo de investigación, por la paciencia y entrega de sus conocimientos que me permitieron culminar con éxito este proyecto.

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	i
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
DERECHOS DE AUTOR	iv
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xii
RESÚMEN EJECUTIVO	xiii
ABSTRAC	xiv
CAPÍTULO 1.- MARCO TEÓRICO.....	1
1.1 Antecedentes investigativos	1
1.2 Objetivos	2
1.2.1 Objetivo general.....	2
1.2.2 Objetivos específicos	2
1.3 Hipótesis	2
1.4 Variables de estudio	2
1.5 Problema de investigación.....	3
1.6 Marco teórico	3
1.6.1 Capital social.....	3
1.6.1.1 Conceptualización.....	3
1.6.1.2 Características del capital social	5
1.6.1.3 Capital social como herramienta competitiva para las pymes	6
1.6.2 Bienestar	7
1.6.2.1 Tipos de bienestar	7
1.6.2.1.1 Bienestar físico	7
1.6.2.1.2 Bienestar mental	7
1.6.2.1.3 Bienestar social.....	8
1.6.2.2 Modelos de bienestar.....	8

1.6.2.2.1 Modelo de bienestar liberal	8
1.6.2.2.2 Modelo de bienestar socialdemócrata	9
1.6.2.3 Dimensiones del bienestar subjetivo	9
1.6.2.3.1 Integración social.....	9
1.6.2.3.2 Aceptación social.....	10
1.6.2.3.3 Contribución social.....	11
1.6.2.3.4 Actualización social.....	11
1.6.3 PYMES	12
CAPITULO II.- METODOLOGÍA	14
2.1 Materiales	14
2.2 Métodos	14
2.2.1 Enfoque.....	14
2.2.1.1 Enfoque Cuantitativo	14
2.2.2 Tipo de Investigación.....	15
2.2.2.1 Investigación de campo.....	15
2.2.2.2 Investigación Bibliográfica	15
2.2.3 Nivel de investigación	16
2.2.3.1 Descriptivo	16
2.2.4 Técnica.....	17
2.2.4.1 Encuesta	17
2.2.5 Instrumento	17
2.2.5.1 Cuestionario	17
2.2.6 Población	17
2.2.7 Validación del instrumento.....	18
CAPITULO III.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN	20
3.1 Análisis y discusión de los resultados.	20
CAPITULO IV.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	45
4.1 Conclusiones	45
4.2 Recomendaciones	46
BIBLIOGRAFÍA	47
ANEXOS	51

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Resumen procesamiento de casos	19
Tabla 2: Alfa de Cronbach	19
Tabla 3: Análisis de valores Spearman	37
Tabla 4: Correlación oportunidades y salud	38
Tabla 5: Correlación oportunidades e ingresos	39
Tabla 6: Correlación oportunidades con educación	40
Tabla 7: Correlación oportunidades con integración social	41
Tabla 8: Correlación confianza con integración social	42
Tabla 9: Correlación normas de convivencia con integración social	43

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Conceptualización del capital social.....	4
Figura 2: Inputs y Outputs del capital social.....	5
Figura 3: Ejemplo de correlación.....	16
Figura 4: Género	20
Figura 5: Edad.....	21
Figura 6: Pertenece a un grupo de emprendimiento.....	22
Figura 7: Pertener a un grupo abre nuevas oportunidades.....	23
Figura 8: Importancia de los contactos	24
Figura 9: mayor comunicación igual mayor oportunidades.....	25
Figura 10: Mayor confianza igual a mayor cooperación	26
Figura 11: La confianza facilita un comportamiento positivo	27
Figura 12: Reuniones con representantes fortalece lazos	28
Figura 13: Normas de convivencia	29
Figura 14: Normas ayudan a prevenir conflictos	30
Figura 15: Dimensión de salud	31
Figura 16: Dimensión de ingresos.....	32
Figura 17: Situación financiera	33
Figura 18: Dimensión de educación.....	34
Figura 19: Dimensión integración social	35
Figura 20: Confianza en personas	36

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta.....	51
Anexo 2: Oficio para la empresa.....	52

RESÚMEN EJECUTIVO

En la provincia de Sucumbíos, diversos emprendimientos se unen y forman alianzas estratégicas para poder sacar adelante sus ventas, tanto de productos o servicios, formando así la cámara de la micro, pequeña y mediana empresa de la provincia de Sucumbíos, (CAPYMES) en donde además se busca integrar a los emprendedores en un capital social sólido que les permita obtener mayores oportunidades de desarrollo. Entonces se busca determinar si existe correlación entre el Capital Social y el Bienestar Subjetivo.

La importancia de mantener redes y poder medir el nivel de sociabilidad que tienen las personas dentro del capital social recae en cómo ellos pueden mejorar a partir de saber cómo se encuentran, integrarse con otros emprendimientos trae beneficios como los de crear alianzas estratégicas que permitan compartir información de ventas o el manejo del mercado en relación con el negocio.

Para realizar la investigación se toma en cuenta el enfoque cuantitativo, el cual consta del análisis de valores netamente numéricos, es decir, lo que se puede medir. El tipo de investigación que se desarrolla es una investigación de campo y bibliográfica, en donde la información se la toma directamente con los emprendedores de la provincia y se apoya con investigaciones relacionadas a las variables de Bienestar Subjetivo y Capital Social, objeto de estudio.

Si bien es cierto, el bienestar subjetivo percibido por las personas que conforman el capital social es bueno y las variables tienen correlación fuerte, siempre va a existir demás factores que determinen la complementariedad de ese bienestar, como lo son las relaciones fuera de este.

PALABRAS CLAVE: INVESTIGACIÓN, BIENESTAR SUBJETIVO, CAPITAL SOCIAL, CAPYMES, EMPRENDIMIENTO, INTEGRACIÓN, REDES, SOCIEDAD.

ABSTRAC

In the province of Sucumbíos, various enterprises come together and form strategic alliances to be able to carry out their sales, both of products and services, thus forming the chamber of micro, small and medium-sized enterprises of the province of Sucumbíos, (CAPYMES) where In addition, it seeks to integrate entrepreneurs into a solid social capital that allows them to obtain greater development opportunities. Then it seeks to determine if there is a correlation between Social Capital and Subjective Well-being.

The importance of maintaining networks and being able to measure the level of sociability that people have within social capital lies in how they can improve from knowing how they are, integrating with other enterprises brings benefits such as creating strategic alliances that allow sharing information sales or market management in relation to the business.

To carry out the research, the quantitative approach is considered, which consists of the analysis of purely numerical values, that is, what can be measured. The type of research that is developed is a field and bibliographical research, where the information is taken directly from the entrepreneurs of the province and is supported by research related to the variables of Subjective Well-being and Social Capital, object of study.

Although it is true that the subjective well-being perceived by the people who make up the social capital is good and the variables have a strong correlation, there will always be other factors that determine the complementarity of that well-being, such as relationships outside of it.

KEY WORDS: SUBJECTIVE WELL-BEING, SOCIAL CAPITAL, CAPYMES, ENTREPRENEURSHIP, INTEGRATION, NETWORKS, SOCIETY.

CAPÍTULO 1.- MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes investigativos

En su tesis de grado, “Diseño del plan de marketing turístico, mediante la aplicación de la metodología PIMTE 2014, para promover y fomentar el turismo en la laguna Julio Marín, ubicada en la Parroquia Nueva Loja, Cantón Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos”, Villalba (2018) menciona que el capital social comprende no una, sino diversas variables que pueden medir el comportamiento y colaboración social que tienen las personas, en la investigación realizada a un grupo de empresas ecuatorianas afirma que, las oportunidades dadas, vinieron después de que se alíen e hicieran mejor su trabajo colaborativo, mismo que se centró en la confianza de las personas. Sin embargo, considera que aún existen varios parámetros por cumplir si se quiere tener mejores lazos dentro de un capital social tales como: el tener claro a dónde se va a ir y cómo lo van a conseguir.

En su tesis de grado, “Plan de negocio para la pequeña empresa la Casa del Perno ubicada en el cantón Lago Agrio provincia de Sucumbíos”, Cueva (2016) investiga a las empresas y emprendimientos del sector, en donde encuentra que no existe alianzas estratégicas en gran parte de estos negocios, así tampoco un capital social sólido donde éstos puedan superarse dentro del mercado. Las conclusiones a las que llega el autor consisten en generar un cambio de ruta para las empresas y emprendimientos, en donde estos sean mucho más participativos y así puedan tener más y mejores oportunidades de crecer.

Los autores Muñoz et al. (2017) en su artículo denominado “Técnicas de gestión empresarial en la globalización” mencionan aspectos relacionados con el manejo empresarial y cómo el que los empleados estén satisfechos con el empleo influye en la ejecución de sus tareas dentro de cada organización, es así que se denota la importancia del bienestar de los empleados, misma que ha ganado importancia en un mundo cada vez más globalizado. Es así que los autores concluyen que a mayor cantidad de empleados, mayor también deberá ser el bienestar percibido por cada uno de ellos para que aporten a la empresa.

En su trabajo titulado “Determinantes del Bienestar Subjetivo (BS) en el Ecuador como criterio para la elaboración del Plan Nacional de Desarrollo” el autor Cornejo (2018) señala que los datos obtenidos son representativos en la población mayor a 18 años, manifiesta que se logra identificar determinantes clave para mejorar la perspectiva de bienestar subjetivo en las personas, entre éstas resaltan la satisfacción económica, la cual proviene de tener un empleo digno o percibir buenos ingresos por alguna actividad económica, también está el estado de salud, la libertad de elección donde el individuo es quien controla los hechos en su vida.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Determinar el nivel de relación que existe entre el capital social y el bienestar subjetivo en las pymes de la provincia de Sucumbíos.

1.2.2 Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente el capital social y el bienestar subjetivo.
- Diagnosticar el capital social en las pymes de la provincia de Sucumbíos.
- Identificar la relación entre el capital social y bienestar subjetivo en las pymes de la provincia de Sucumbíos.

1.3 Hipótesis

H1: Trabajar con un equipo multidisciplinario en el ámbito empresarial **SÍ** influye en el bienestar subjetivo percibido por las personas del capital social ‘CAPYMES’.

H0: Trabajar con un equipo multidisciplinario en el ámbito empresarial **NO** influye en el bienestar subjetivo percibido por las personas del capital social ‘CAPYMES’.

1.4 Variables de estudio

Capital social

Bienestar subjetivo

1.5 Problema de investigación

Según Burbano (2017) las necesidades de tener lazos más sólidos entre distintos grupos de personas han ido en aumento gracias a que hoy en día el mundo está globalizado, es notable que, para formar un capital social con empresas, éstas deben tener solidez en cuanto al manejo de su personal, mismo que aportará significativamente a cumplir los objetivos empresariales, creando así un ambiente idóneo para trabajar y realizar la actividad económica.

Tener una idea clara de lo que es un capital social es lo que a las empresas hace falta, si bien es cierto que el mundo está cada vez más conectado, aún hay líderes de empresas que no quieren tener buenos lazos con otras organizaciones que tengan similar giro de negocio, esto impide expandirse como empresa, Hermida y Petrovic (2021) manifiestan que los líderes de hoy deben tener un criterio claro y formado de lo que se necesita para subsistir dentro del mercado actual, por lo que incita a que se cree redes que permitan aprovechar los recursos de otras empresas, sean estas medianas o pequeñas, ayudando así a su crecimiento.

En la provincia de Sucumbíos no se tiene registros de haber estudiado el instrumento de capital social para medir el nivel de socialización que tienen los líderes y colaboradores de cada organización para poder tener mejores oportunidades de desarrollo, por lo que hay un desconocimiento de si se está aplicando o no esta variable y, si se tiene influencia en el crecimiento personal y bienestar de cada colaborador en las PYMES.

1.6 Marco teórico

1.6.1 Capital social

1.6.1.1 Conceptualización

En relación a lo estipulado por Hermida y Petrovic (2021) el término de capital social se conceptualiza por presentar un conglomerado de normas sociales, es decir, las practicadas por las personas, mismas que pueden ser también organizaciones o distintas redes dentro de la sociedad, donde estos lazos son los que determinan en gran medida el éxito o no de quienes lo conformen.

En la sociedad, el capital social está consolidado como un instrumento que sirve para el análisis de cómo están constituidos los diferentes grupos de personas en la sociedad. Gallego y Naranjo (2020) menciona que gracias al capital social se puede medir la sociabilidad y cómo esta beneficia al aprovechar oportunidades por parte del actor individual, mismas que no estarían presentes si este no se integrara al entorno y la sociedad en general.

La sociedad moderna necesita de herramientas que le permita progresar, es ahí donde entra el capital social, como indicador clave para conocer el estado en que se encuentra una sociedad y cuáles son los caminos para reparar posibles desviaciones. Las redes que se crean en el capital social van a estar determinadas por el interés del grupo o equipo; es decir, si uno de éstos se dedica a temas educativos, las personas que conformen ese capital social también deberán tener conocimientos básicos de educación, asimismo sucede con los grupos de emprendedores, quienes unidos podrán compartir el conocimiento adquirido en el mercado de bienes y servicios.

	Fuentes e infraestructura	Acción colectiva	Resultados
Coleman, 1990	Aspectos de la estructura social	que facilitan ciertas acciones comunes de los actores dentro de la estructura	
Bourdieu, 1985	Redes permanentes y membresía a un grupo		que aseguran a sus miembros un conjunto de recursos actuales o potenciales
Putnam, 1993	Aspectos de las organizaciones sociales, tales como las redes, las normas y la confianza	que permiten la acción y la cooperación	para beneficio mutuo (desarrollo y democracia)
Woolcock, 1998	Normas y redes	que facilitan la acción colectiva	y el beneficio común
Fukuyama, 1995	Recursos morales, confianza y mecanismos culturales,	que refuerzan los grupos sociales	
Neo-weberianos	Lazos y normas	que ligan a los individuos dentro de organizaciones	
Banco Mundial, 1998	Instituciones, relaciones, actitudes y valores	que gobiernan la interacción de personas	y facilitan el desarrollo económico y la democracia

Figura 1: Conceptualización del capital social

Fuente: Flores y Rello (2001)

El término capital social para Cornejo (2018) se centran en características relacionadas a la estructura social; es decir, la integración y cooperación de los individuos que integren el capital, los cuales aseguren el obtener resultados deseados para el beneficio común, facilitando así también el desarrollo económico de cada participante, los autores también hacen énfasis en los recursos, las actitudes, las normas, redes y valores

que deben cumplir cada integrante del capital social para llevar las cosas con total armonía.

Lo que hace importante al capital social entonces es las diversas oportunidades que puede tener un individuo que ha estado aislado, al unirse con otros individuos que aporten con ideas, recursos y demás ayuda para que los objetivos individuales converjan en un objetivo común de cada participante y así sean cada uno de éstos los que se preocupen en cumplirlos.

Obtener beneficios a partir del saber aprovechar las capacidades de cada individuo es lo que se obtiene en un capital social, el obtener una ventaja adicional y poder prestar los conocimientos y recursos es parte también del capital social; sin embargo, Lorenzo (2017) manifiesta que para que un capital social tenga éxito temprano va a requerir de que cada participante tenga cualidades que permitan crecer al otro y así no incurrir en desperdicio de éstas.

1.6.1.2 Características del capital social

Sin embargo, autores como Lizcano y Lombana (2017) indican que el capital social presenta no solo rasgos positivos, sino también negativos, esto debido a que un buen capital social también se puede formar en organizaciones criminales. Tener una idea clara del nivel de colaboración que tienen los empleados es parte de lo que se hace cuando se estudia el capital social, ésta es una característica que todo investigador debe tener en cuenta.

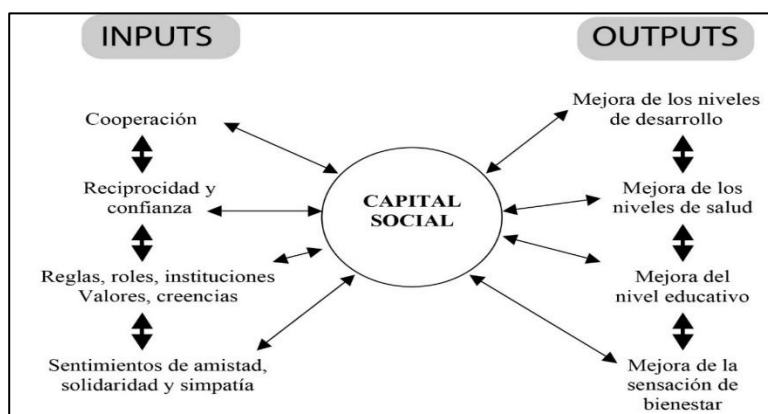


Figura 2: Inputs y Outputs del capital social

Fuente: Hermida P. (2021). Capital humano y capital social (Figura).

Tal como se muestra en la imagen el capital social tiene entradas y salidas, el autor Burbano (2017) menciona la cooperación, la reciprocidad y confianza que tienen las personas dentro del capital, las reglas que siguen y deben cumplir, los roles así como las creencias, el sentir que se tiene amigos dentro de dicho capital, todas estas variables de entrada generan efectos o salidas.

Entre las salidas se tiene que un capital social mejora significativamente los niveles de desarrollo, entre éstos está el de salud, ingresos, educación, así como también la sensación de pertenecer a una sociedad, el capital social entonces beneficia a las personas, pero también a las organizaciones que éstas manejan, haciéndolas mucho más atractivas como también productivas, lo que es fundamental en un entorno donde las competencias son cada vez más importantes.

1.6.1.3 Capital social como herramienta competitiva para las pymes

Las empresas hoy en día han ido mejorando sus procesos, gracias a que el mundo está globalizado se puede hablar de que se tiene claro lo que se debe hacer; sin embargo, aún hay empresas que prefieren no estar a la vanguardia en aspectos relacionados con la sociología, es aquí donde los líderes de determinadas organizaciones han optado por utilizar diversas herramientas que ayuden directa o indirectamente a mejorar sus ingresos, una de las herramientas es el capital social, que permite medir la sociabilidad que tienen las personas, y cómo esta puede incidir en abrir oportunidades para la empresa (Jaramillo, 2018).

Asimismo, se puede hacer uso del indicador del capital social para mejorar aspectos que otras empresas no han mejorado en el transcurso de su vida económica, ayudando a la empresa que lo usa a ser más competitivo, abriendo no solo oportunidades para su empresa, sino también para las otras que conforman el capital social (Hernández, 2018).

Así como lo mencionan Sánchez et al. (2020) el capital social mejora los niveles de desarrollo de quienes lo conforman, así como también su sensación de bienestar, este último genera que se tenga mejores personas al frente de una organización, capaces de afrontar las adversidades con tranquilidad y así establecer una hoja de ruta clara para

las personas quienes conformen su emprendimiento o quienes estén consigo dentro del capital social al que pertenece.

1.6.2 Bienestar

1.6.2.1 Tipos de bienestar

1.6.2.1.1 Bienestar físico

El autor Navarro (2019) menciona que las personas usualmente se sienten bien consigo mismas cuando no sienten molestias físicas, el bienestar físico comprende las cosas que el ser humano puede hacer para cuidar y fortalecer su cuerpo, para ello es necesario que las personas no tengan una vida sedentaria, misma que podría afectar de forma directa otros aspectos relacionados con el bienestar general de la persona.

El bienestar físico no solo es estar bien por fuera o estéticamente, es también tener los demás órganos del cuerpo alineados y con un funcionamiento óptimo y así no tener quebrantos en la salud posteriormente, autores como Beltrán et al. (2020) mencionan aspectos como el dormir bien, el hacer ejercicio, cuidarse del alcohol y las drogas, son hábitos importantes al momento de cuidar el cuerpo y se deberían poner en práctica con más frecuencia, tener un autocuidado puede ser crucial al momento de medir si se tiene o no un bienestar físico pleno.

En relación con el bienestar físico dentro de las empresas también se tiene que éstas deberán cuidar la integridad de cada individuo que labore en la institución, así el empleado sentirá seguridad de trabajar allí y también podrá tener confianza en que su bienestar físico y mental no se verá afectado en el transcurso del tiempo. Asimismo, se tiene las sanciones de los organismos de control correspondientes con multas por no brindar los espacios adecuados para efectuar el trabajo seguro de los colaboradores.

1.6.2.1.2 Bienestar mental

Tan importante como cuidar la salud física, también lo es el cuidar la salud mental, el autor García (2020) menciona que la salud mental dentro de cualquier ámbito, ya sea este laboral, familiar o de amistad es fundamental para poder ser productivo, si la persona no cuida su mente esta hará que el organismo no trabaje con normalidad lo que puede incluso causar enfermedades; es decir, nuestra mente está directamente relacionada a todo lo que ocurre dentro y fuera del cuerpo, de ahí la importancia de mantenerla activa y con el cuidado necesario.

Sin embargo, el papel del empresario o emprendedor también es importante al momento de hablar de bienestar mental, ya que se debe asegurar que en la empresa se esté cuidando aspectos relacionados con el bienestar del personal, tanto en la salud física como también mental. Se hace énfasis hoy en día en la salud mental del colaborador debido a que se ha demostrado que trabajar con personas con poco estrés influye directamente en mayor productividad.

Según Rubio (2019) la salud mental es más que tener un estado de ánimo con el que se pueda lidiar en diferentes situaciones, la salud mental también significa establecer parámetros que permitan al individuo diferenciar entre lo bueno y lo malo que conlleva convivir en un determinado ambiente.

1.6.2.1.3 Bienestar social

Asimismo, García (2020) indica que el bienestar social es expresado por el nivel que tienen las personas en aspectos relacionados con la salud, el nivel de educación, en que vivienda ellos habitan, su poder adquisitivo en el mercado, en aspectos relacionados con el medio ambiente; es decir, todo lo que le rodea afecta al nivel de bienestar social que percibe la persona, en ciertos casos puede influir también el número de interacciones sociales que tiene en el día.

Según Lorenzo (2017) los estudios acerca del crecimiento económico han sido positivos para varios países de la región americana en donde está incluido el Ecuador, esto supone que las personas reciben mejores ingresos mes a mes y, por ende, también mejora su bienestar social debido a que esta variable está directamente relacionada con el tema económico, social y medioambiental en donde se desenvuelven las personas

1.6.2.2 Modelos de bienestar

1.6.2.2.1 Modelo de bienestar liberal

Conlleva características como: una política mucho más abierta o liberal, la economía es de carácter capitalista, y sus políticas sociales son un tanto residuales, aquí se lleva a cabo un proceso de selección donde se separa a las personas que no quieren hacer algo por cambiar su situación de quienes en realidad no tienen oportunidad alguna de hacerlo, esto ayuda de manera enorme a ahorrar recursos como tiempo y dinero en la ejecución de programas de ayuda social.

En un modelo liberal los beneficios vienen dados de manera focalizada en varios aspectos, el primero se caracteriza por brindar ayuda a personas que en realidad lo necesitan, es decir, personas totalmente necesitadas. A la pobreza, en este modelo, se la denota a partir de fallas en el mercado; es decir, si las personas no tienen la suficiente solvencia económica es porque el mercado no brinda las condiciones adecuadas en términos liberales para que pudieran progresar.

1.6.2.2 Modelo de bienestar socialdemócrata

Un objetivo es que todos tengan los medios necesarios para participar de forma activa en las actividades de la sociedad a la que pertenecen. Basado en este contexto, al adoptarlo en la vida empresarial se tiene que las organizaciones poco aplican este modelo de bienestar, en cambio aplican el bienestar liberal o corporativista, debido a que se recompensa el trabajo de la persona, mas no se ve si a esta le hace falta recursos o no, y si está en las condiciones para trabajar.

Sin embargo, al adaptar este modelo de forma más amplia se tiene que los gobiernos, como el del Ecuador, han ido implementando políticas que ayuden a los pequeños emprendedores, esto quiere decir que a las personas que menos tienen se les brinda la oportunidad de préstamos o facilidad de pagos en impuestos.

Aquí se denota también lo importante que es la aplicación de cada uno de estos modelos, ya que se puede incurrir en prácticas no tan efectivas lo que resulta como pérdida de recursos como el tiempo y dinero que puede servir para otras actividades (Navarro Ruvalcaba, 2006).

1.6.2.3 Dimensiones del bienestar subjetivo

1.6.2.3.1 Integración social

De acuerdo con Cornejo (2018) la integración social es un conglomerado de acciones donde la persona interactúa de forma directa con otras, además de ello también se tiene que el individuo se siente parte de un grupo o equipo, formando así una estructura social más sólida o frágil, dependiendo si esta haya sido una buena o mala integración, respectivamente.

Para el autor Montero (2020) la integración social supone hechos basados en el actuar de la persona con otras, esto conlleva tener una buena actitud, predisposición para socializar con otras personas, cumplir con los deberes de la sociedad, así como también conocer y hacer respetar sus derechos dentro de esa sociedad.

Dentro del proceso investigativo que se está llevando se tiene preguntas relacionadas a la integración social, en donde específicamente se pregunta a los encuestados si sienten que su círculo social ha crecido de buena manera mientras ha pertenecido al grupo de emprendedores o desde el momento que formó su emprendimiento.

1.6.2.3.2 Aceptación social

Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) desde que surgieron en 1950 han tenido una amplia aceptación en la sociedad. Las diferentes actividades que realizan contribuyen al crecimiento económico y al bienestar social de un país, lo que disminuye la brecha del desempleo y la desigualdad social. Sin embargo, es un sector que se ha visto afectado por las diversas limitaciones, como la falta de apoyo y normas legales que estancan su crecimiento. En este sentido, la creación de pymes ha tenido un impacto positivo, pues genera mayores oportunidades y fuentes empleo para la sociedad, es necesario que se apliquen políticas de apoyo e incentivación para mejorarlas (Carranco, 2017).

Actualmente las Pymes desempeñan un rol importante dentro del entorno, satisfaciendo las diversas necesidades que tiene la sociedad. En los últimos años, los sistemas económicos de diferentes países han mostrado interés en las pequeñas y medianas empresas, porque han descubierto que éstas contribuyen de forma sustancial al desarrollo económico, generando empleo, avivando el interés de distintos empresarios, organismos multilaterales y políticos. Este tipo de empresas tienen un alto grado de aceptación, puesto que son fáciles de establecer, están en la capacidad de producir hasta bienes tradicionales, de servicios e informáticos; es decir, pueden empezar desde cero y en un futuro convertirse en grandes empresas (Zambrano, 2018).

Con respecto a Ecuador, este presenta un apremiado crecimiento y desarrollo de las Pymes; sin embargo, enfrentan la competencia de grandes empresas con un alto nivel

de poder económico que proviene de las principales ciudades. Estos factores limitan el desarrollo de las Pymes porque el alto grado de productividad de las grandes empresas alcanzado por una correcta administración de operaciones en los procesos los pone en desventaja. Las Pymes son un sector primordial en la economía, por ello es necesario que logren alcanzar un desarrollo sostenible en el tiempo, mejorando sus procesos y productos de calidad Burbano (2017).

1.6.2.3.3 Contribución social

En los últimos años en América Latina ha sido notorio que las Pymes son un componente esencial en el tejido empresarial, estas empresas están en constante incremento y su categoría se manifiesta en varias dimensiones, como su participación en el total de empresas y la creación de empleo que generan, miles de personas han encontrado un lugar para trabajar y de esta manera se ha podido disminuir la tasa de desempleo y la desigualdad social en los países (Sánchez et al., 2020).

El bienestar social y la calidad de vida de las personas que poseen menores recursos y capacidades se ha convertido en un tema de interés y preocupación para el gobierno y las empresas, incitando a la solución de problemas sociales, económicos y ambientales, con el fin de garantizar una mejor calidad de vida a los sectores más vulnerables. El aumento de empresas en todo el mundo es significativo y sus gerentes buscan cuantificar el impacto que generan sus actividades, procesos y servicios en el medio ambiente, para establecer medidas y mitigar el impacto social, ambiental y económico, sin tener que afectar sus utilidades (Serna y Flores, 2021).

1.6.2.3.4 Actualización social

Actualmente las empresas se encuentran en un contexto muy complejo y competitivo. En los últimos años la tecnología se ha convertido en un factor clave para la productividad, innovación y competitividad. La innovación tecnológica es un componente central que las empresas y personas deben manejar con cuidado para

utilizar los recursos que poseen de manera más eficiente. La empresa se vuelve más competitiva cuando gestiona la tecnología a su beneficio, alineado y en armonía con el resto de las funciones estratégicas implementadas (Terán y Dávila, 2018).

A raíz de la pandemia del covid-19 las Pymes enfrentaron muchos problemas y para sostenerse en el mercado tuvieron que optar por la digitalización de procesos. No obstante, esto puede ser un proceso complicado para las empresas, por ello deben tener un acompañamiento y apoyo de expertos para enfrentar este reto. Hoy en día la digitalización es un requisito para mantenerse en el mercado, se requiere de una serie de elementos para llevar a cabo el proceso, entre ellos se destacan las conexiones de internet de calidad y dispositivos tecnológicos que permitan realizar las diferentes actividades e interactuar con los clientes (Banco Interamericano de Desarrollo, 2020).

La situación de la pandemia ha forzado a muchas empresas a reestructurar sus modelos de negocio. La nueva realidad está obligando a realizar las compras a través de transacciones electrónicas, por ello, la digitalización se ha vuelto un requisito obligatorio a nivel empresarial, solo de esta manera pueden mantenerse en la competencia. Las pymes tradicionales enfrentan nuevos retos para vender sus productos y solo aquellas que sean capaces de afrontar los más grandes desafíos, generando cambios y avanzando a la comercialización digital puede adaptarse a la realidad (Rodríguez, 2020).

1.6.3 PYMES

Las pymes son el motor clave de la región, de acuerdo con la CEPAL (2020) en América Latina representan el 99 % del total, generando así el 67 % de empleo. Gracias a la globalización, las personas han ido mejorando sus procesos debido a que también tienen un mayor acceso a la tecnología, en relación con sus conexiones, se tiene como dato que tan solo el 10 % de las pymes exportan productos; es decir, ayudan al ingreso de divisas por lo que se resalta la importancia de tener contactos que permitan aumentar las posibilidades de exportación.

En el Ecuador, acorde a cifras del INEC (2020) hay un total de 846.265 empresas establecidas legalmente y que conforman el apartado productivo del país, de éstas, 3.932 son grandes empresas, 12.640 son medianas, 52.079 son consideradas pequeñas empresas, mientras que 777.614 son consideradas microempresas; es decir, las

microempresas representan el mayor porcentaje. Sin embargo, también se denota un decremento en el número de empresas en comparación con el año 2019 el cual fue de 26 mil microempresas menos y un total de 40.335 a nivel nacional.

Acorde con el INEC (2020) la provincia de Sucumbíos fue la que mayor variación tuvo en cuanto al número de empresas en comparación con el año 2019, esto gracias a que en ese año había un promedio de 496 empresas por cada 10 mil habitantes, y para el 2020 esa cifra se redujo a 434 empresas por cada 10 mil habitantes. En la provincia de Sucumbíos se siente cada vez más el desempleo y con ello la inseguridad, por lo que las políticas que permitan al emprendedor tener un mejor manejo de su negocio, son imprescindibles.

El capital social que debe manejar las micro, pequeñas y medianas empresas en la provincia debe ser tomado con seriedad, de ello depende que las cifras no sigan decayendo, puesto que, al tener mayor número de contactos, se incrementa también las oportunidades de dar salida al producto y así generar ingresos y bienestar a los líderes y colaboradores de estas organizaciones e indirectamente reactivar la economía local que tanto se necesita.

CAPÍTULO II.- METODOLOGÍA

2.1 Materiales

Los materiales utilizados en la elaboración del trabajo de titulación, que sirvieron de ayuda para realizar la respectiva investigación y el ordenamiento de ideas son los siguientes:

- Libreta de apuntes
- Computador
- Celular
- Esferos
- Lápices
- Internet
- Calculadora
- Resmas de papel
- Impresora
- Escritorio
- Silla

2.2 Métodos

2.2.1 Enfoque

2.2.1.1 Enfoque Cuantitativo

Llamado enfoque cuantitativo, a aquel que utiliza en su análisis valores numéricos, puesto que la investigación necesita de datos certeros que se puedan medir y así tener una mejor interpretación de lo que se esté investigando, así lo manifiestan Molina, Tobón, y Fonseca (2019) en donde además señalan la importancia de este enfoque puesto que la mayor parte de investigaciones lo utilizan.

En este enfoque el investigador es quien se encarga de recabar la información requerida de las fuentes primarias y secundarias de información, esta deberá estar sinterizada en valores mismos que serán aplicados en el modelo estadístico más idóneo para determinar si estos datos son o no confiables y así finalizar con un análisis y recomendaciones de mejora al tema investigado.

Acorde con los conceptos estipulados se determina que la investigación va a llevar un enfoque cuantitativo, esto se debe a que se va a recolectar información medible y cuantificable; es decir, valores numéricos, también se requiere relacionar variables y, estas deberán estar determinadas por el nivel de felicidad y alcances logrados a partir de pertenecer al capital social a partir de los emprendimientos.

2.2.2 Tipo de Investigación

2.2.2.1 Investigación de campo

La investigación de campo consiste en el proceso por el cual el investigador va al sector de donde quiere recolectar la información y procede a preguntar interrogantes 6 acorde al tema central de investigación, se utiliza como herramienta de recolección de datos la entrevista, la encuesta o los formularios (Corona, 2018).

La presente investigación es de campo debido a que como investigador se tiene que ir al lugar donde se quiere hacer el estudio para tener un acercamiento con los diferentes emprendedores, así como también recolectar información por medio de las herramientas antes mencionadas, como predeterminada se tiene a la encuesta debido a su mejor manejo.

2.2.2.2 Investigación Bibliográfica

La investigación bibliográfica comprende la búsqueda de información de fuentes confiables en donde los investigadores se basan para formar la suya, estas fuentes bibliográficas pueden ser libros, revistas, tesis, artículos científicos, blogs en internet, páginas oficiales del gobierno, entre otras fuentes confiables y verificadas donde la información tiene alto porcentaje de veracidad (García, 2016).

2.2.2.3 Investigación correlacional

Acorde con Mertínez (2020) la investigación correlacional supone métodos de investigación no experimental, en donde la parte investigativa se encarga de determinar si dos variables tienen relación y cuál es su nivel. Es utilizada en gran parte de estudios estadísticos donde se tiene dos variables que suponen tener relación, pero no queda del todo claro para el investigador y este quiere saber si la afirmación es verdadera o falsa, a esto se le llama comprobar hipótesis, donde a ésta se la puede aceptar como afirmativa o también rechazarla.

Es importante, al momento de realizar la correlación de dos variables, que éstas tengan similitud o estén estrechamente relacionadas, puesto que se puede realizar este cálculo a diferentes parámetros, obteniendo que tienen correlación, más sin embargo, al momento de llevarlo a la realidad, no existe coincidencia que permita a las personas definir si esas variables en realidad tienen correlación, un ejemplo para entender lo antes mencionado es el siguiente gráfico:

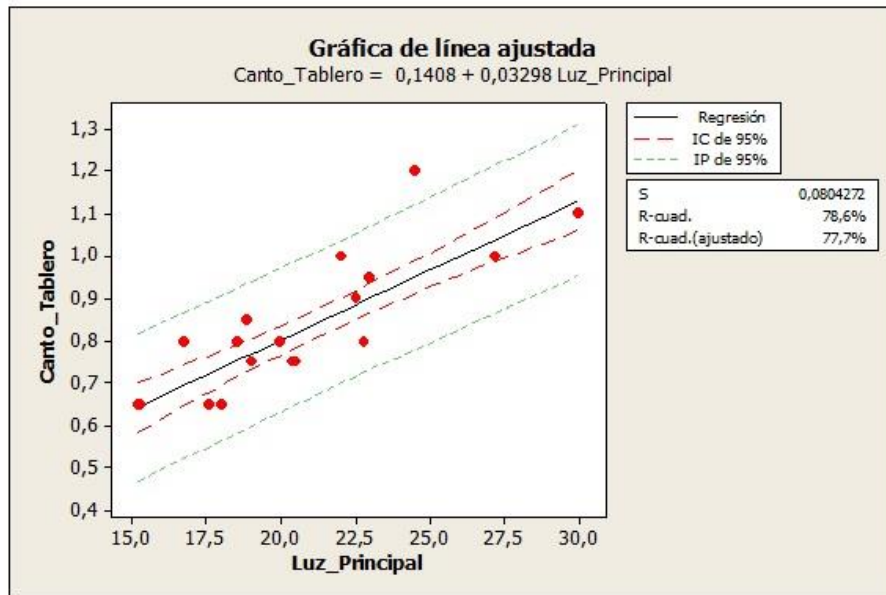


Figura 3: Ejemplo de correlación
Fuente: (Contento, 2020)

2.2.3 Nivel de investigación

2.2.3.1 Descriptivo

Una investigación descriptiva se basa en describir datos o información relacionada con la estadística, cada característica de la población debe ser analizada e interpretada y es ahí donde se enfoca este nivel, en la descripción de estas características se trata de responder quién, cómo, cuando y dónde del tema a investigar (Hernández et al., 2014).

Por lo tanto, la investigación a realizar se considera de nivel descriptivo, esto debido a que una vez recolectados los datos se los plantea analizar mediante la aplicación de un estadístico, mismo que arrojará datos importantes para que el investigador interprete y tome decisiones fundamentadas en información real y con un alto índice de confianza en cuanto al manejo de esta.

2.2.4 Técnica

2.2.4.1 Encuesta

La encuesta es un instrumento de recolección de información que los investigadores utilizan para saber de forma precisa lo que está ocurriendo en un lugar determinado donde estén realizando un estudio (García, 2016). Para el efecto de la investigación se plantea utilizar la encuesta debido a que es la herramienta ideal para recolectar información dentro del conjunto de empresas que componen CAPYMES esto también permite estandarizar la información para realizar un análisis objetivo de cada variable y pregunta.

2.2.5 Instrumento

2.2.5.1 Cuestionario

El cuestionario es una serie de preguntas a realizar por parte de un investigador, evaluador o persona interesada en conocer más a fondo de algún tema en específico, en este se ubican las preguntas en un orden tal que se pueda seguir la secuencia y sea entendible para la persona quien lo responda (García, 2016).

Se va a usar el cuestionario en la investigación debido a que se necesita tener sintetizadas las preguntas y con un orden en tal sentido que la información tenga relación a los objetivos tanto general como específicos, así como a la temática central entablada por el capital social y el bienestar subjetivo.

2.2.6 Población

La población que se va a encuestar son todos los emprendedores que conforman la Cámara de la micro, pequeña y mediana empresa de la Provincia de Sucumbíos, existen en total 25 emprendimientos asociados a la cámara, por ende, el número de emprendedores está comprendido por 25 personas quienes son los dueños de cada uno de los emprendimientos. Así como manifiestan Díaz y Calzadilla (2018) la población comprende el total de una parte a ser investigada, en ciertos casos no es necesario tomar muestra, debido a que la población no representa una cantidad grande de datos a ser analizados e interpretados por el investigador.

2.2.7 Validación del instrumento

Para comprobar la fiabilidad del instrumento se utiliza Alfa de Cronbach, este coeficiente consiste en medir la fiabilidad del instrumento a partir de haber medido las correlaciones entre las distintas variables forman parte de una escala, ésta se logra calcular por medio de las varianzas, validar el instrumento es importante antes de su respectiva aplicación, puesto que obviar esto supondría una investigación sin sustento de fiabilidad.

La fiabilidad es tema relevante en todos los instrumentos de medida, aquí se requiere establecer la precisión con la que se va a trabajar, cuanto más fiable es un test, también tiene mayor precisión en la medida, por ende, menor margen de error se va a cometer y los datos obtenidos son confiables para el análisis y su interpretación, además de tener un conglomerado de preguntas representativas.

La interpretación de alfa de Cronbach consiste en que los valores luego de haberlo calculado van a dar entre 0 y 1, mientras el valor obtenido más se aproxime a 1, la fiabilidad del cuestionario será mayor, asimismo si el valor resultante se aleja de 1, la fiabilidad será menor, lo recomendable es tener valores desde el 0.7 en adelante, para que el cuestionario sea representativo y fiable.

Entonces se procede a calcular el Alfa de Cronbach, en donde se aplica a las 14 preguntas que contienen escala desde 1 a 5, donde 5 es el valor más positivo y 1 es el valor más negativo, siendo 3 el neutral como 2 y 4 los intermedios. El alfa se lo realiza al 10 % de la población es decir a 3 personas del total de 25 emprendedores pertenecientes al capital social.

En el gráfico siguiente se tiene que las filas son el número de personas encuestadas y las columnas el número de preguntas empleadas, se utiliza formulas de Excel para realizar cada cálculo, así como también se da valores a las respuestas, siendo: Totalmente de acuerdo 5, De acuerdo 4, Ni de acuerdo ni en desacuerdo 3, En desacuerdo 2, Totalmente en desacuerdo 1.

Cálculo en Software SPSS

Tabla 1: Resumen procesamiento de casos

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	25	100.0
	Excluidos	0	.0
	Total	25	100.0

Fuente: Encuesta tabulada Software SPSS

Elaborado por: Santiago Rosero

Tabla 2: Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.796	.818	16

Fuente: Encuesta tabulada Software SPSS

Elaborado por: Santiago Rosero

$$\alpha = 0.796$$

Como se puede apreciar, el alfa de Cronbach obtenido es de 0.842 el cual es mayor a 7 y e aproxima bastante a 1, esto significa que el cuestionario tiene una alta fiabilidad para ser aplicado y, posteriormente, realizar el análisis de cada una de las preguntas, con la certeza de que la aplicación de la encuesta a los emprendedores de CAPYMES va a tener confianza.

CAPITULO III.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos mediante la aplicación de la encuesta han sido procesados descriptivamente, con la ayuda de la herramienta Microsoft Excel, en donde cada ítem de la encuesta cuenta con su respectivo gráfico de barras, donde se indica en forma de cantidades los resultados obtenidos a partir de la aplicación a una población de 25 emprendedores quienes conforman la Cámara de la micro, pequeña y mediana empresa de la provincia de Sucumbíos CAPYMES.

Además, después de haber hecho el análisis descriptivo de cada una de las preguntas utilizadas en el cuestionario, se procede a realizar también el análisis correlacional de las preguntas con el fin de aceptar o rechazar la hipótesis planteada al inicio de la investigación.

3.1 Análisis y discusión de los resultados.

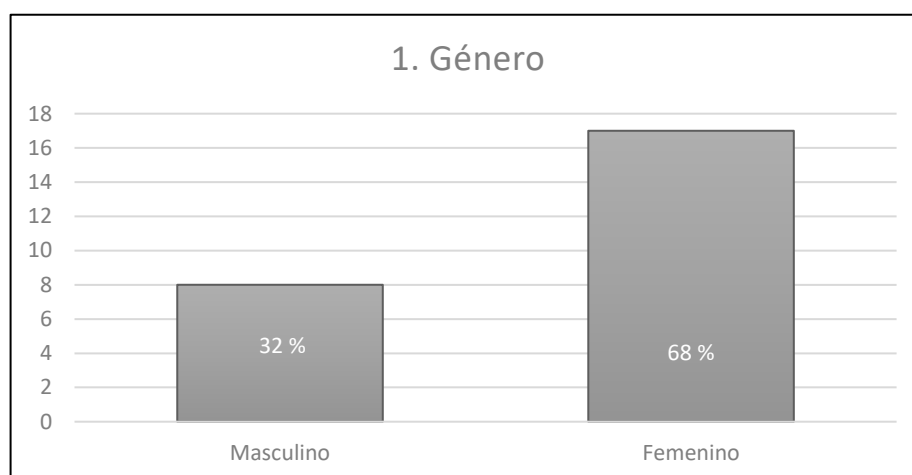


Figura 4: Género
Fuente: Tabulación de encuesta

De acuerdo con los datos obtenidos, se tiene que, del 100 % de personas encuestadas, el 68 % son de género femenino y el 32 % restante pertenece al masculino. Esto denota la participación más activa de la mujer emprendedora en la provincia, donde asociaciones como ésta les permite dar una salida al desempleo y optar por una mejor fuente de ingreso como lo es un negocio propio. Es así que el capital social determinado por los emprendedores de la provincia se han convertido en un grupo sólido, donde se abre espacios a quienes deseen superarse.

Edad

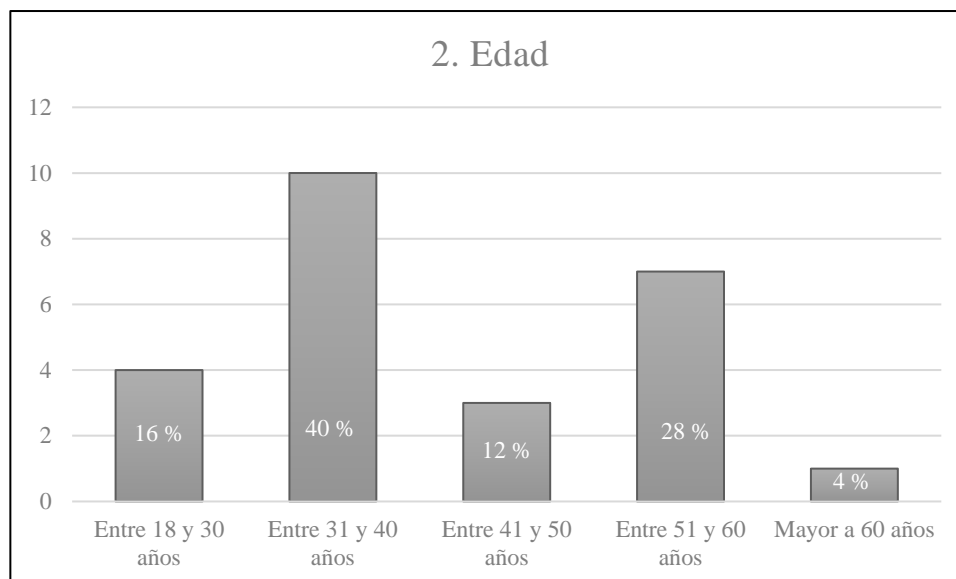


Figura 5: Edad

Fuente: Tabulación de encuesta

De acuerdo a los datos expresados en el gráfico de edades, se puede apreciar que, del 100 % de personas encuestadas, el 40 % tiene entre 31 y 40 años de edad, el 28 % tiene entre 51 y 60 años de edad, el 16 % tiene entre 18 y 30 años de edad, el 12 % entre 41 y 50 y tan solo el 4 % representado por una persona tiene más de 60 años de edad.

Esto denota lo heterogéneo que es el grupo en cuanto a edades, esto debido a que hay emprendedores menores a 30 años así como también quienes ya tienen más de 50 años. La experiencia que pueden adquirir unos de otros es lo que hace que el capital social funcione de forma correcta puedan superarse. Hoy en día los jóvenes tienen mayor conocimiento en manejo de nuevas herramientas para hacer marketing o impulsar el emprendimiento de forma digital, lo que también sería una enorme ayuda para las personas que no tienen este conocimiento.

Variable Capital Social

Relaciones y su interacción



Figura 6: Pertenecer a un grupo de emprendimiento

Fuente: Tabulación de encuesta

Del total de encuestados, se tiene que el 100 % de ellos han pertenecido a un grupo de emprendimiento dentro de la provincia, esto quiere decir que, por parte de los miembros de la cámara de micro, pequeña y mediana empresa de la provincia de Sucumbíos se tiene la experiencia necesaria para poder sobrellevar los diversos proyectos que se han propuesto dentro de dicha cámara.

Pertenecer a un grupo con los mismos intereses de salir adelante y generar redes de contactos para poder dar salida a sus productos o servicios es lo que caracteriza a un capital social, el nivel de colaboración que tienen las personas se verá determinado por cómo se relacionan, por lo que es importante también conocer los demás ítems de la encuesta y generar una conclusión global.

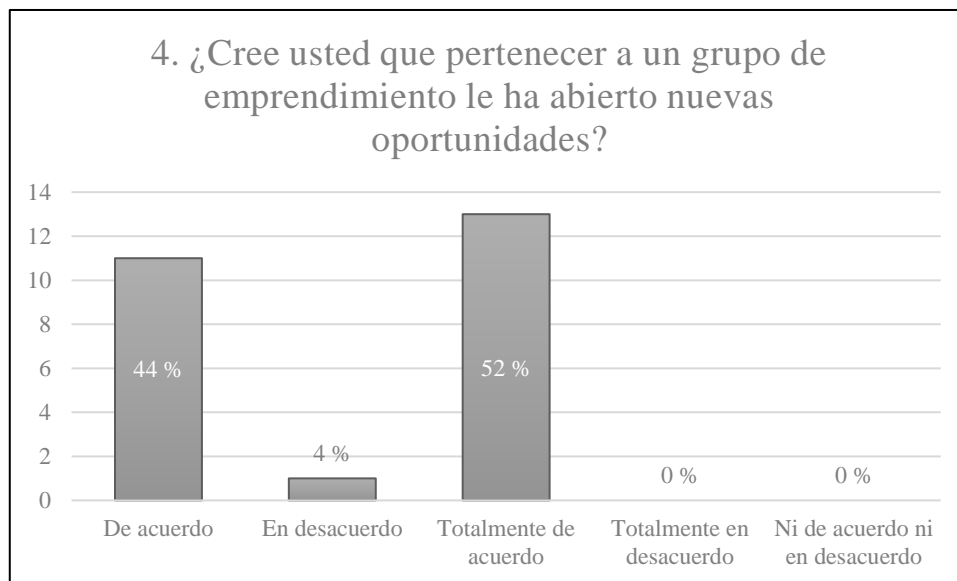


Figura 7: Pertenecer a un grupo abre nuevas oportunidades
Fuente: Tabulación de encuesta

Del 100 % de encuestados para la pregunta que denota que las oportunidades aumentan cuando se pertenece a un grupo los resultados son: el 52 % está totalmente de acuerdo con esta afirmación, el 44 % está de acuerdo, mientras que tan solo el 4 % representado por una persona ha manifestado estar en desacuerdo con lo mencionado, así también se puede evidenciar que absolutamente nadie está en forma neutral ni totalmente en desacuerdo que un grupo de emprendimiento abre oportunidades.

Esto significa que las personas que integran el capital social se sienten de una manera u otra apoyados por sus compañeros así como también sienten que se ha abierto nuevas oportunidades de vender sus productos o servicios. Esto se puede apreciar en las diversas ferias que organizan, en donde cada emprendedor prepara su *stand* y puede promocionar su producto a nuevos potenciales clientes.

Acorde como lo mencionan los autores Flores y Rello (2001) se tiene que en un capital social las personas deben estar de acuerdo con el criterio de que pertenecer a un grupo abre oportunidades, esto debido a que se busca generar redes de contactos, mismas que solo se podrán consolidar si las personas están dispuestas a trabajar en equipo y ayudarse mutuamente.

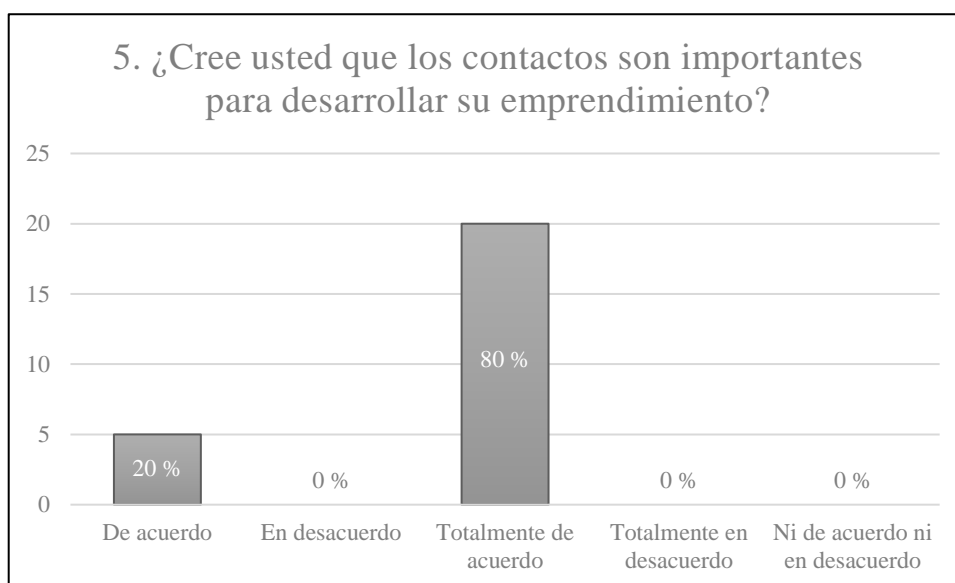


Figura 8: Importancia de los contactos

Fuente: Tabulación de encuesta

En la pregunta de contactos y su importancia, del 100 % de encuestados se tiene que el 80 % ha manifestado estar totalmente de acuerdo que, a mayor número de contactos, mayor será el desarrollo de su emprendimiento, asimismo el 20 % restante manifiesta estar tan solo de acuerdo y nadie ha manifestado estar en desacuerdo con la afirmación planteada.

Si bien es cierto que para que un emprendimiento tenga éxito necesita de varios factores como ofrecer productos o servicios de calidad, no solo eso va a necesitar el emprendedor, sino también los contactos, quienes van a ser sus primeros clientes y los cuales van a recomendar el negocio a nuevos potenciales clientes, es así que la importancia de mantener una cartera de clientes o contactos activa, donde se pueda establecer una relación sana de emprendedor a cliente para que este se fidelice.

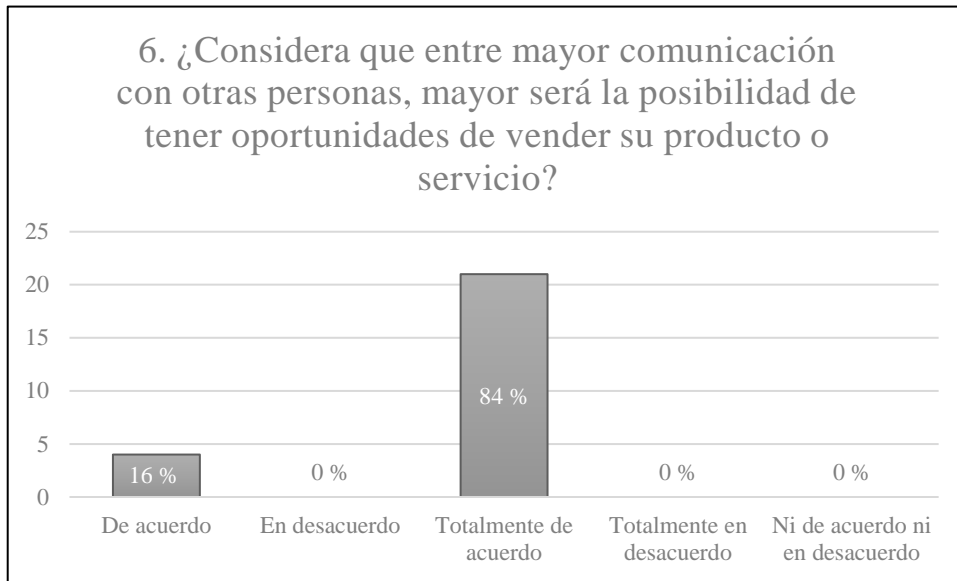


Figura 9: mayor comunicación igual mayor oportunidades

Fuente: Tabulación de encuesta

De acuerdo con el gráfico obtenido, se tiene que del 100 % de personas encuestadas, el 84 % ha manifestado estar totalmente de acuerdo con la premisa de que, a mayor comunicación con otras personas, mayor también será la posibilidad de incrementar sus ventas del producto o servicio que ofrecen, el 16 % también manifiesta estar de acuerdo con lo afirmado lo que da como resultado que nadie está en desacuerdo con la premisa.

La comunicación es importante para el emprendedor y, en la encuesta aplicada se denota que lo saben, sin ella no se puede vender el producto o servicio, o al menos sería más complicado de hacerlo. Burbano (2017) establece que para tener una buena comunicación primero se debe conocer el círculo social con el que se va a trabajar, es por eso la importancia de ser abierto con los demás, para así poder aportar desde un punto de vista colaborativo.

Indicador de confianza

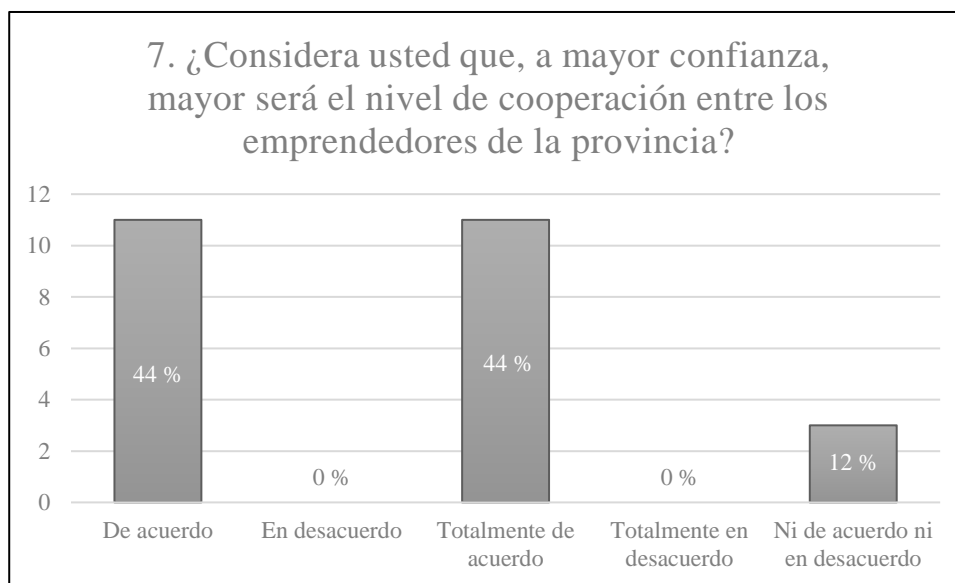


Figura 10: Mayor confianza igual a mayor cooperación

Fuente: Tabulación de encuesta

A partir el gráfico obtenido, del 100 % de encuestados, el 44 % considera estar totalmente de acuerdo con la premisa de que, a mayor confianza mayor es el nivel de cooperación entre los emprendedores, el otro 44 % también manifiesta estar de acuerdo con esta afirmación, mientras que 5 personas, quienes representan el 12 % manifestó estar neutral con lo mencionado.

Como se mencionó en preguntas anteriores, la confianza es el pilar fundamental para que tanto empleados como socios se sientan comprometidos con el emprendimiento, se denota en las respuestas que la gran parte de emprendedores está de acuerdo con que la confianza eleva el nivel de cooperación, lo que facilita la salida de sus productos o servicios por medio de cooperación entre emprendedores.

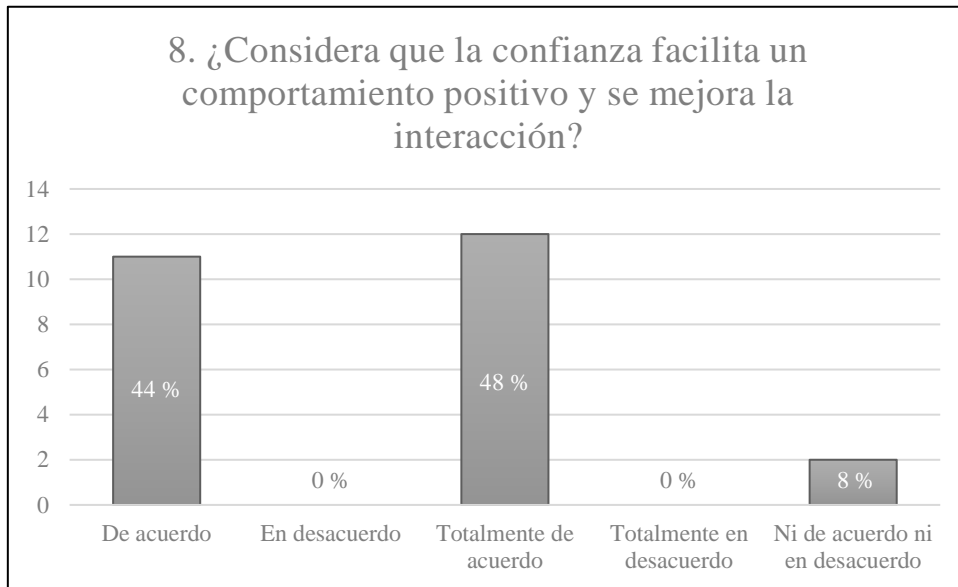


Figura 11: La confianza facilita un comportamiento positivo

Fuente: Tabulación de encuesta

Acorde con el gráfico obtenido, se tiene que del 100 % de personas encuestadas, el 45 % manifiesta estar totalmente de acuerdo con la premisa de que la confianza facilita el comportamiento positivo y mejora la interacción, el 44 % manifiesta también estar de acuerdo, mientras que el 8 % restante, representado por 2 personas, se mantiene neutral ante esta pregunta.

La confianza que tengan las personas en un determinado grupo o equipo es importante para que exista también mayor interacción, esta interacción hará que dentro del capital social se maneje mejores estrategias al tener un aporte significativo de cada uno de sus integrantes. Los encuestados manifiestan estar de acuerdo con la premisa lo que significa que dentro del capital social que integran hay confianza y esto facilita a que se brinden apoyo mutuo en las distintas actividades.

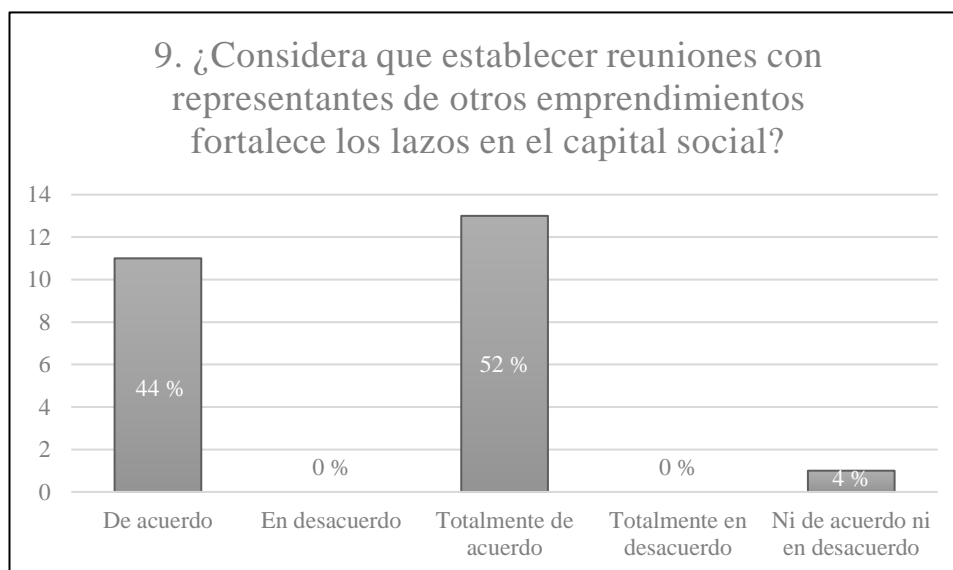


Figura 12: Reuniones con representantes fortalece lazos

Fuente: Tabulación de encuesta

A partir del gráfico obtenido se tiene que del 100 % de la población encuestada, el 52 % manifiesta estar totalmente de acuerdo con la premisa de que establecer reuniones con otros emprendedores fortalece los lazos del capital social, así como también el 44 % ha manifestado estar de acuerdo; sin embargo, existe una persona quien se mantiene neutral ante la afirmación.

Sin lugar a duda, mantener contacto con representantes de otros emprendimientos es beneficioso para quien quiere realizar alianzas estratégicas, estos encuentros fortalecen no solo los lazos sino también la confianza que necesitan cada uno de los miembros que pertenecen al capital social.

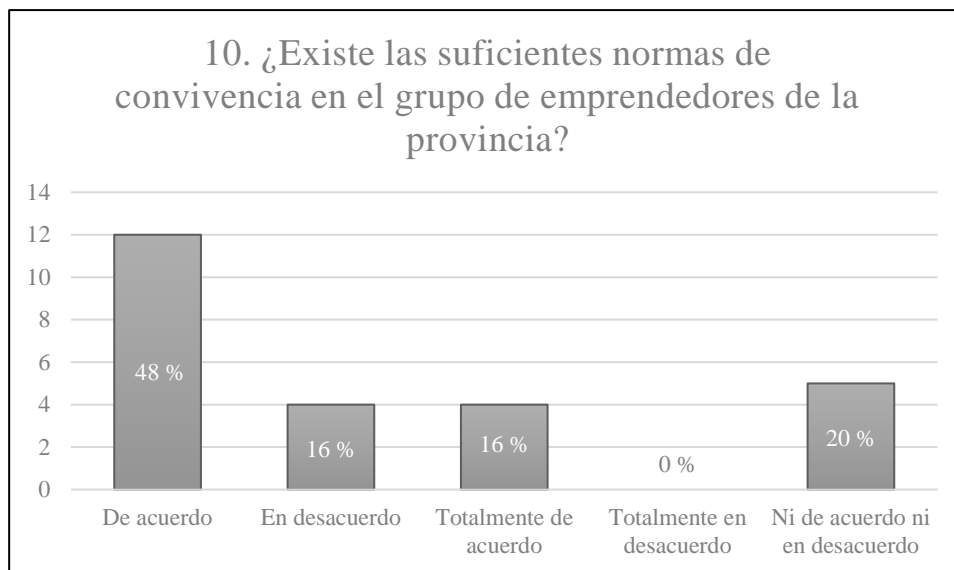


Figura 13: Normas de convivencia

Fuente: Tabulación de encuesta

De acuerdo con el gráfico obtenido, se tiene que del 100 % de encuestados, el 48 % manifiesta estar de acuerdo con la pregunta de que, si existe las suficientes normas de convivencia en el grupo de emprendedores de la provincia, el 16 % manifiesta estar aún más de acuerdo con esta interrogante, el 20 % se mantiene neutral y el 16 % restante ha manifestado que no existe las suficientes normas de convivencia en el grupo de emprendedores.

Esto denota que existe una falta de organización y acuerdos para que cada emprendedor se sienta satisfecho de pertenecer al grupo, las normas de convivencia significa que hay respeto y confianza dentro de un grupo o equipo, la falta de éstas puede conllevar a conflictos internos, por lo que se infiere que dentro del capital social pudo existir algún tipo de conflicto al no tener establecidas las suficientes normas de convivencia entre emprendedores.

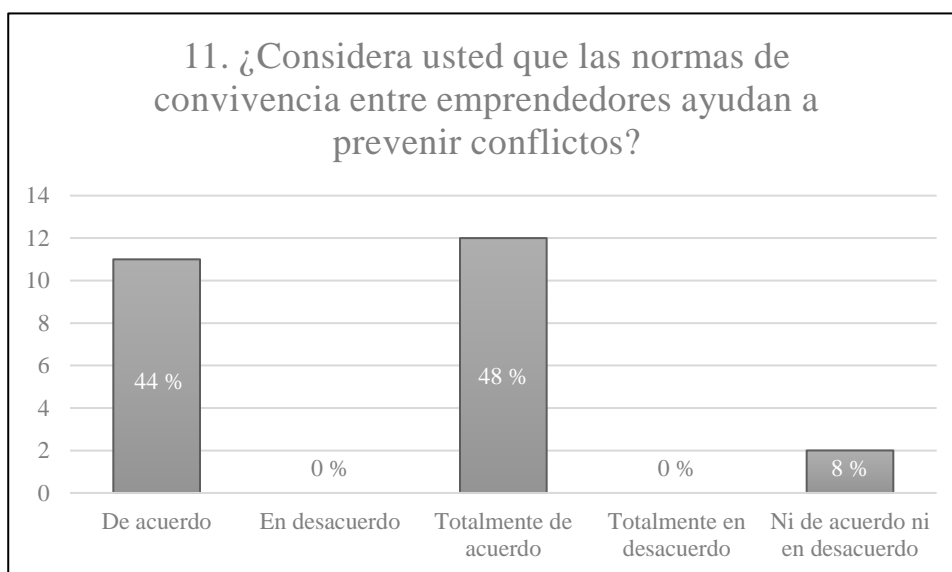


Figura 14: Normas ayudan a prevenir conflictos

Fuente: Tabulación de encuesta

De acuerdo con el gráfico obtenido se denota que del 100 % de personas encuestadas, el 48 % manifiesta estar totalmente de acuerdo con la pregunta relacionada con las normas de convivencia y cómo éstas ayudan a prevenir conflictos, el 44 % ha manifestado estar de acuerdo con la premisa, mientras que dos personas, representadas por el 8 % manifestó estar neutral con la afirmación.

Tener normas de convivencia en cualquier grupo o asociación es fundamental, esto demuestra el nivel de madures y responsabilidad con el que se va a trabajar en el futuro, los resultados demuestran que la gran parte de emprendedores concuerdan que estas normas son importantes para prevenir conflictos en la asociación.

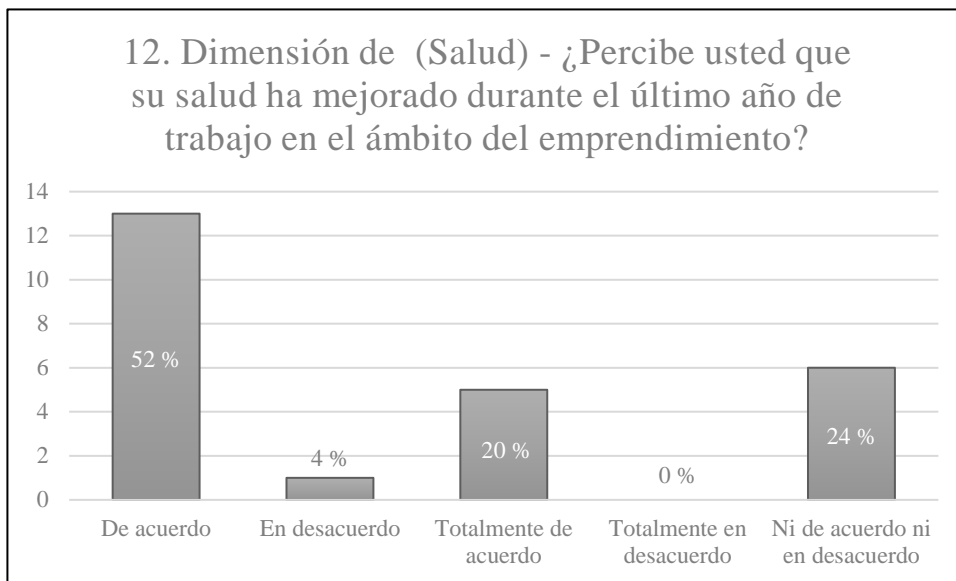


Figura 15: Dimensión de salud
Fuente: Tabulación de encuesta

Para el gráfico de dimensión de salud, se tiene que del 100 % de personas encuestadas, el 52 % manifestó que está de acuerdo con la pregunta acerca de su percibe que la salud ha mejorado durante el último año de trabajo en el ámbito de emprendimiento, el 20 % manifiesta estar aún más de acuerdo con la afirmación, mientras que el 24 % se mantiene neutral y el 4 % manifiesta estar en desacuerdo.

La salud es importante para el individuo, sin ella no se puede trabajar de la mejor forma, el que las personas encuestadas hayan respondido que su salud ha mejorado a partir de pertenecer al capital social indica que este se preocupa por mantener los cuidados de higiene tan importantes en esta época, donde no se debe relajar las medidas sanitarias y manejar el aseo es fundamental al momento de vender.

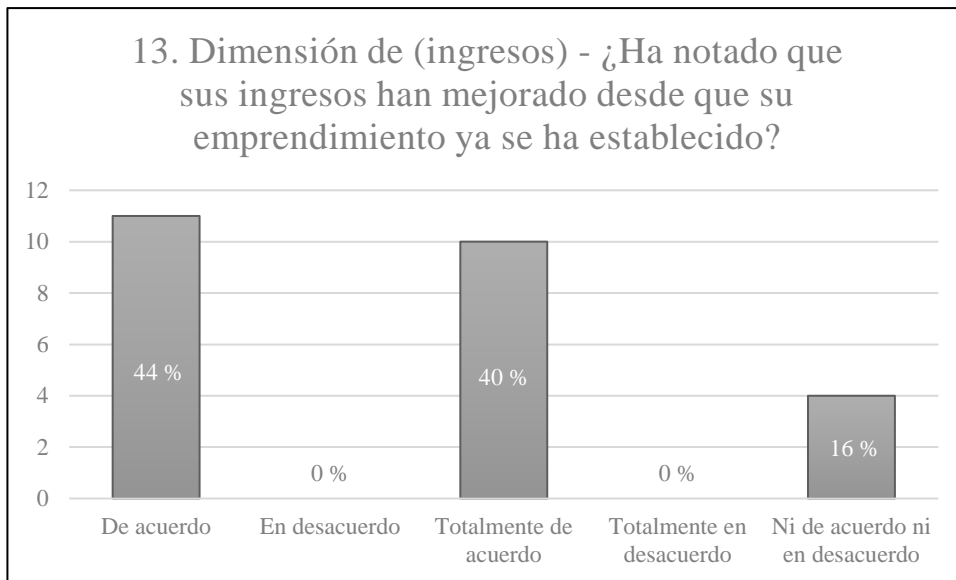


Figura 16: Dimensión de ingresos
Fuente: Tabulación de encuesta

A partir del gráfico obtenido se tiene que del 100 % de personas encuestadas, el 44 % manifestó estar de acuerdo con la premisa de que los ingresos de cada emprendedor ha mejorado desde que el emprendimiento se ha establecido, el 40 % manifiesta estar totalmente de acuerdo con la afirmación, mientras que el 16 % restante representado por 4 personas se mantiene neutral ante lo manifestado.

Si bien es cierto el desempleo en el país ha ido en aumento durante los últimos años, el auto empleo ha beneficiado a las personas que se han arriesgado a ser parte del eje productivo del Ecuador, es así que muchos se han beneficiado de las diferentes políticas implementadas como también de las oportunidades generadas a partir de pertenecer a un capital social como lo es CAPYMES, en donde se denota que los ingresos han mejorado para varios emprendedores ahí.

Siendo el parámetro de ingresos unos de los más mencionados en cuanto a la percepción de bienestar se trata, el autor Carranco (2017) menciona que no solo es importante contar con un sustento económico para sentir bienestar, sino también el cómo se lo consigue, es decir, si el dinero es conseguido de forma ilícita, no supondría bienestar sino más bien preocupación.

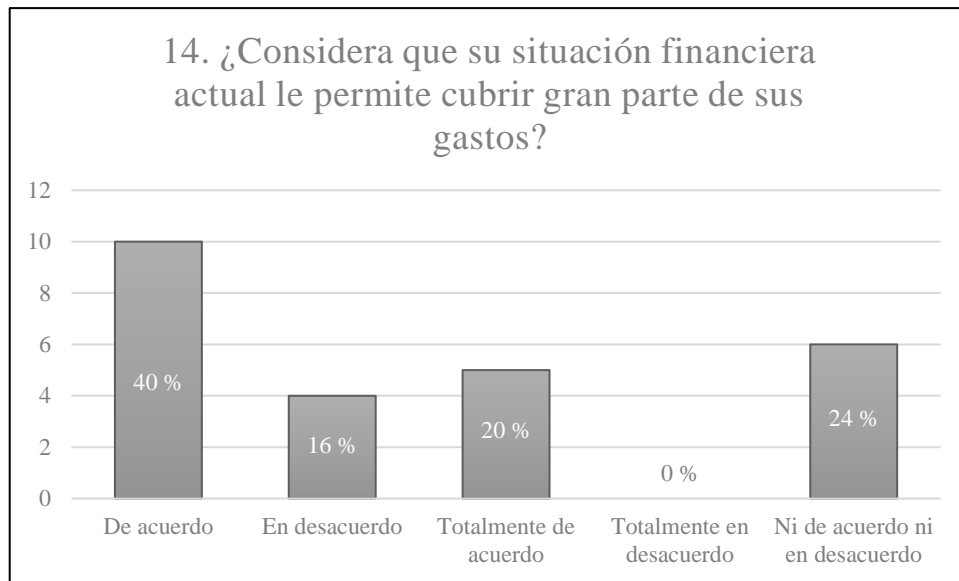


Figura 17: Situación financiera

Fuente: Tabulación de encuesta

Como se aprecia en el gráfico, del 100 % de personas encuestadas, el 40 % ha manifestado estar de acuerdo con que la situación financiera actual le permite cubrir con gran parte de sus gastos, el 24 % se mantiene neutral ante esa afirmación, mientras que el 20 % está totalmente de acuerdo con la premisa, sin embargo, hay un 16 % representado por 4 personas quienes manifiestan estar en desacuerdo con que la situación financiera actual les permita cubrir con sus gastos.

Si bien es cierto la economía es un indicador que a su negocio le está yendo bien o mal, cabe resaltar factores externos que también pueden afectar la solvencia de una persona, de acuerdo con la encuesta la gran parte de encuestados se siente satisfecho con su situación, debido a que pueden cubrir sus gastos, sin embargo, la casi la mitad de encuestados se mantiene entre neutral y en desacuerdo, lo que indica que aún no tienen esa libertad financiera aún siendo parte de un capital social.

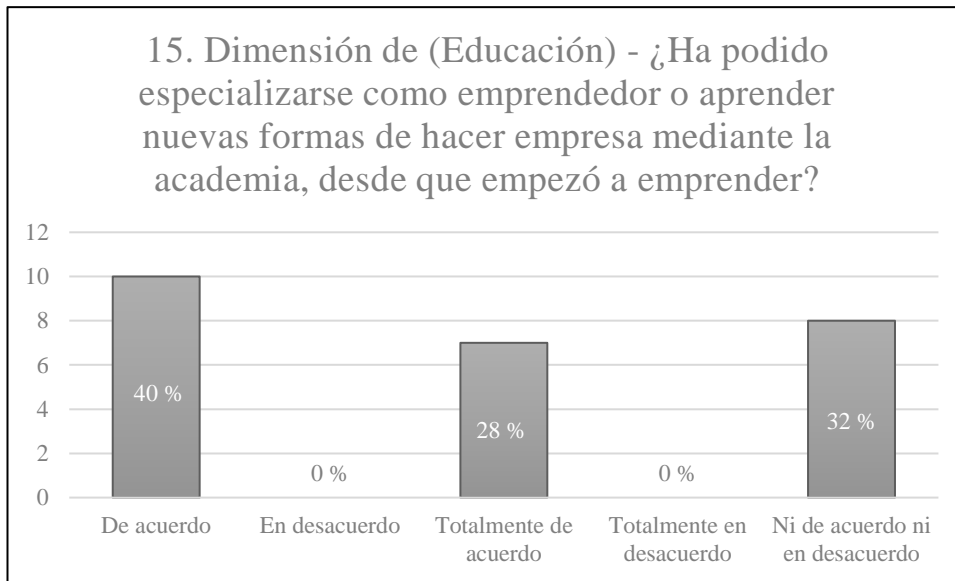


Figura 18: Dimensión de educación

Fuente: Tabulación de encuesta

De acuerdo con el gráfico obtenido, del 100 % de personas encuestadas, el 40 % ha establecido que está de acuerdo con la premisa que indica que la persona se ha podido especializar como emprendedor o aprendió nuevas formas de hacer empresa mediante la academia desde su comienzo como emprendedor, el 28 % expresa estar totalmente de acuerdo, mientras que el 32 % restante de los encuestados se mantiene neutral frente a la afirmación.

Como se puede apreciar en el gráfico la gran parte de los emprendedores se ha interesado por aprender cosas nuevas referentes al mundo empresarial, esto es una gran ayuda, si bien es cierto la experiencia en muchos casos ayuda, no está de más aprender conceptos o nuevas formas de hacer empresa, adaptando los modelos que talvez hayan aplicado otros países y que pueden ser adaptados al entorno.

Según Sánchez et al. (2020) se tiene que la educación es importante en el bienestar de una persona, ya que ésta se siente mejor cuando ha culminado una etapa tan dispensable para su desarrollo profesional, estudiar no solo implica terminar una carrera, sino también especializarse en el área donde se desempeñan labores, en este caso, el área de emprendimiento.

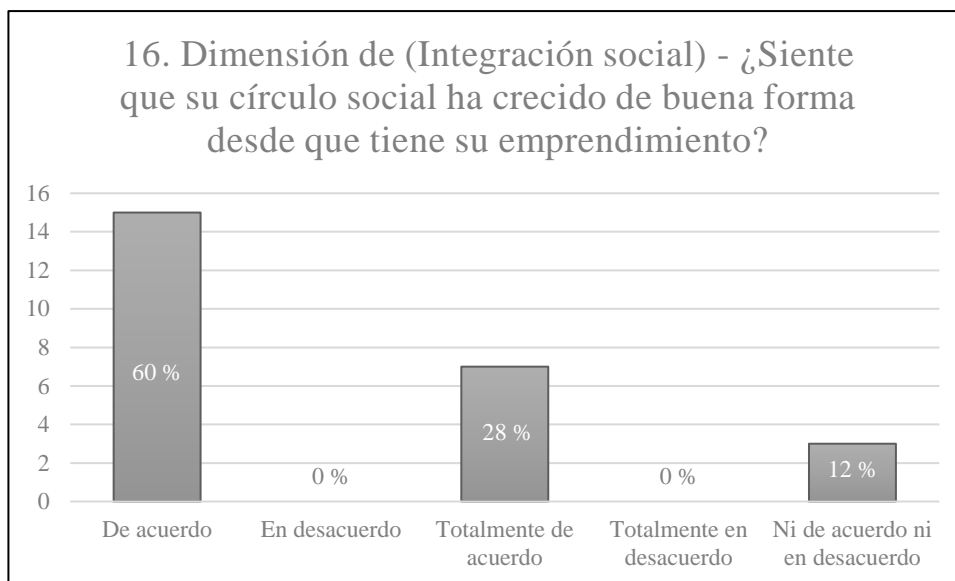


Figura 19: Dimensión integración social

Fuente: Tabulación de encuesta

De acuerdo con el gráfico obtenido para la dimensión de integración social, se tiene que del 100 % de personas encuestadas, el 60 % manifiesta estar de acuerdo con la afirmación de que su círculo social ha crecido de buena forma desde que tiene su emprendimiento, el 28 % ha manifestado incluso estar más de acuerdo con lo antes mencionado; sin embargo, también está el 12 % quienes han manifestado estar neutral con la afirmación.

Esto quiere decir que el capital social ha beneficiado enormemente a que las personas socialicen y generen nuevos contactos, de acuerdo con los datos obtenidos estos contactos han sido un círculo social bien aceptado por parte de los emprendedores. La integración social es bien vista siempre y cuando se haya hecho de la mejor manera ya que de esto depende el éxito dentro del capital social y el sentirse bien.

Haciendo énfasis a lo mencionado por Sánchez et al. (2020) quien menciona que una buena integración supone que las personas estén relacionadas entre sí y que se apoyen en toda actividad que facilite el cumplimiento de objetivos, tanto del emprendedor como parte del equipo, como también del capital social en conjunto.

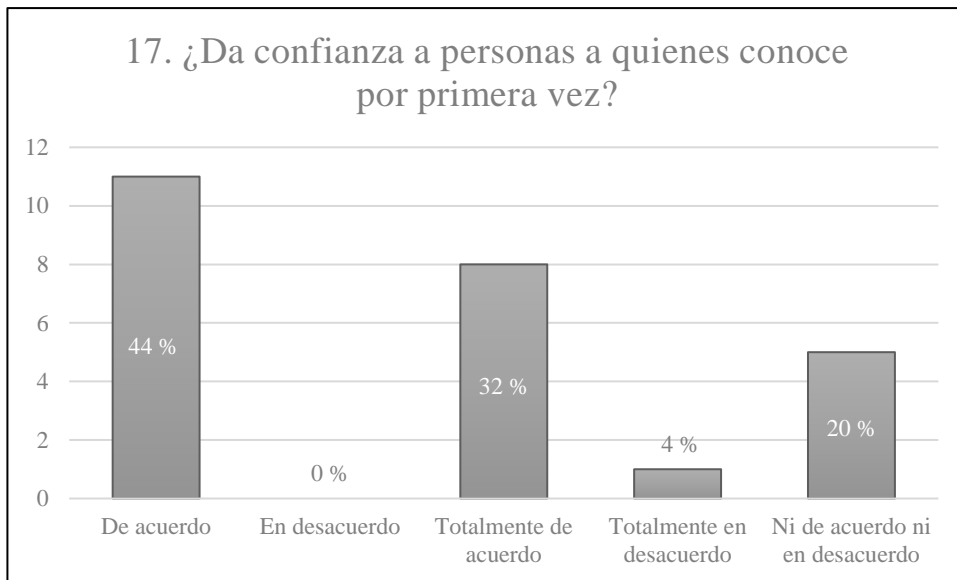


Figura 20: Confianza en personas

Fuente: Tabulación de encuesta

De acuerdo con el gráfico obtenido, del 100 % de encuestados, el 44 % ha manifestado estar de acuerdo con la afirmación de que da confianza a personas que conoce por primera vez, el 32 % ha manifestado estar totalmente de acuerdo con esta afirmación, el 20 % se mantiene neutral y el 4 % está totalmente en desacuerdo con la afirmación.

La confianza sin duda es un pilar fundamental para establecer lazos de hermandad y apoyo entre individuos, sin embargo, un exceso de confianza también puede incurrir en desventaja para el emprendedor. Saber destinar la confianza a personas quienes la saben valorar es importante para que sean estas personas los primeros clientes satisfechos.

Comprobación de la hipótesis

Acorde con los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a 25 emprendedores que conforman la Cámara de micro, pequeña y mediana empresa de la provincia de Sucumbíos, CAPYMES, se procede a realizar la comprobación de hipótesis utilizando el coeficiente de correlación de *Spearman*.

Modelo lógico

Se procede a plantear la hipótesis alternativa ‘H1’ y la hipótesis nula ‘Ho’

H1: Trabajar con un equipo multidisciplinario en el ámbito empresarial **SÍ** influye en el bienestar subjetivo percibido por las personas del capital social ‘CAPYMES’.

Ho: Trabajar con un equipo multidisciplinario en el ámbito empresarial **NO** influye en el bienestar subjetivo percibido por las personas del capital social ‘CAPYMES’.

Nivel de significancia

El nivel de significancia con el que se trabajó es del 5%

Correlación de *Spearman*

La correlación de Spearman es un estadístico que cuantifica la correlación que existe entre dos variables, estas variables no deben estudiar el mismo evento, sino variables estrechamente relacionadas y que se necesite saber el nivel de relación que estas tienen.

Análisis de valores de correlación de *Spearman*

Tabla 3: Análisis de valores Spearman

0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja	-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0,20 a 0,39	Correlación positiva baja	-0,20 a -0,39	Correlación negativa baja
0,40 a 0,69	Correlación positiva moderada	-0,40 a -0,69	Correlación negativa moderada
0,70 a 0,89	Correlación positiva alta	-0,70 a -0,89	Correlación negativa alta
0,90 a 0,99	Correlación positiva muy alta	-0,90 a -0,99	Correlación negativa muy alta
1	Correlación positiva perfecta	-1	Correlación negativa perfecta
0		Correlación nula	

Fuente: Mertínez (2020)

Elaborado por: Santiago Rosero

Correlaciones

Tabla 4: Correlación oportunidades y salud

Correlación - Oportunidades y salud percibida				
			4. ¿Cree usted que pertenecer a un grupo de emprendimiento o le ha abierto nuevas oportunidades?	12. Dimensión de (Salud) - ¿Percibe usted que su salud ha mejorado durante el último año de trabajo en el ámbito del emprendimiento?
Rho de Spearman	4. ¿Cree usted que pertenecer a un grupo de emprendimiento o le ha abierto nuevas oportunidades?	Coeficiente de correlación	1.000	.243
		Sig. (bilateral)	.	.041
		N	25	25
	12. Dimensión de (Salud) - ¿Percibe usted que su salud ha mejorado durante el último año de trabajo en el ámbito del emprendimiento?	Coeficiente de correlación	.243	1.000
		Sig. (bilateral)	.041	.
		N	25	25

El valor de coeficiente de correlación obtenido es de 0,243 lo que significa que la variable ‘oportunidades’ tiene una relación **positiva débil** con la variable ‘salud’, además, se denota que el ‘valor P’ arroja un resultado de 0,041 el cual es **menor** al valor alfa.

Tabla 5: Correlación oportunidades e ingresos

Correlación - Oportunidades con Ingresos				
			4. ¿Cree usted que pertenecer a un grupo de emprendimiento le ha abierto nuevas oportunidades?	13. Dimensión de (ingresos) - ¿Ha notado que sus ingresos han mejorado desde que su emprendimiento ya se ha establecido?
Rho de Spearman	4. ¿Cree usted que pertenecer a un grupo de emprendimiento le ha abierto nuevas oportunidades?	Coefficiente de correlación	1.000	.350
		Sig. (bilateral)	.	.046
		N	25	25
	13. Dimensión de (ingresos) - ¿Ha notado que sus ingresos han mejorado desde que su emprendimiento ya se ha establecido?	Coefficiente de correlación	.350	1.000
		Sig. (bilateral)	.046	.
		N	25	25

El valor de coeficiente de correlación obtenido es de 0,350 lo que significa que la variable ‘oportunidades’ tiene una relación **positiva baja** con la variable ‘ingresos’, además, se denota que el ‘valor P’ arroja un resultado de 0,046 el cual es **menor** al valor alfa.

Tabla 6: Correlación oportunidades con educación

Oportunidades con educación				
			4. ¿Cree usted que pertenecer a un grupo de emprendimiento le ha abierto nuevas oportunidades?	15. Dimensión de (Educación) - ¿Ha podido especializarse como emprendedor o aprender nuevas formas de hacer empresa mediante la academia, desde que empezó a emprender?
Rho de Spearman	4. ¿Cree usted que pertenecer a un grupo de emprendimiento le ha abierto nuevas oportunidades?	Coeficiente de correlación	1.000	.338
		Sig. (bilateral)	.	.039
		N	25	25
	15. Dimensión de (Educación) - ¿Ha podido especializarse como emprendedor o aprender nuevas formas de hacer empresa mediante la academia, desde que empezó a emprender?	Coeficiente de correlación	.338	1.000
		Sig. (bilateral)	.039	.
		N	25	25

El valor de coeficiente de correlación obtenido es de 0,338 lo que significa que la variable ‘oportunidades’ tiene una relación **positiva baja** con la variable ‘educación’, además, se denota que el ‘valor P’ arroja un resultado de 0,039 el cual es **menor** al valor alfa.

Tabla 7: Correlación oportunidades con integración social

Correlación - Oportunidades con Integración social				
			4. ¿Cree usted que pertenecer a un grupo de emprendimiento o le ha abierto nuevas oportunidades?	16. Dimensión de (Integración social) - ¿Siente que su círculo social ha crecido de buena forma desde que tiene su emprendimiento?
Rho de Spearman	4. ¿Cree usted que pertenecer a un grupo de emprendimiento o le ha abierto nuevas oportunidades?	Coeficiente de correlación	1.000	.493*
		Sig. (bilateral)	.	.012
		N	25	25
	16. Dimensión de (Integración social) - ¿Siente que su círculo social ha crecido de buena forma desde que tiene su emprendimiento?	Coeficiente de correlación	.493*	1.000
		Sig. (bilateral)	.012	.
		N	25	25

El valor de coeficiente de correlación obtenido es de 0,493 lo que significa que la variable ‘**oportunidades**’ tiene una relación positiva **moderada** con la variable ‘**integración social**’, además, se denota que el ‘valor P’ arroja un resultado de 0,012 el cual es **menor** al valor alfa.

Tabla 8: Correlación confianza con integración social

Correlación - Confianza con Integración social				
			7. ¿Considera usted que, a mayor confianza, mayor será el nivel de cooperación entre los emprendedores de la provincia?	16. Dimensión de (Integración social) - ¿Siente que su círculo social ha crecido de buena forma desde que tiene su emprendimiento ?
Rho de Spearman	7. ¿Considera usted que, a mayor confianza, mayor será el nivel de cooperación entre los emprendedores de la provincia?	Coeficiente de correlación	1.000	.435*
		Sig. (bilateral)	.	.030
		N	25	25
	16. Dimensión de (Integración social) - ¿Siente que su círculo social ha crecido de buena forma desde que tiene su emprendimiento ?	Coeficiente de correlación	.435*	1.000
		Sig. (bilateral)	.030	.
		N	25	25

El valor de coeficiente de correlación obtenido es de 0,435 lo que significa que la variable ‘**confianza**’ tiene una relación positiva **moderada** con la variable ‘**integración social**’, además, se denota que el ‘valor P’ arroja un resultado de 0,030 el cual es **menor** al valor alfa.

Tabla 9: Correlación normas de convivencia con integración social

Correlación - Normas de convivencia con Integración social				
			11. ¿Considera usted que las normas de convivencia entre emprendedores ayudan a prevenir conflictos?	16. Dimensión de (Integración social) - ¿Siente que su círculo social ha crecido de buena forma desde que tiene su emprendimiento ?
Rho de Spearman	11. ¿Considera usted que las normas de convivencia entre emprendedores ayudan a prevenir conflictos?	Coeficiente de correlación	1.000	.398*
		Sig. (bilateral)	.	.049
		N	25	25
	16. Dimensión de (Integración social) - ¿Siente que su círculo social ha crecido de buena forma desde que tiene su emprendimiento ?	Coeficiente de correlación	.398*	1.000
		Sig. (bilateral)	.049	.
		N	25	25

El valor de coeficiente de correlación obtenido es de 0,398 lo que significa que la variable ‘**normas de convivencia**’ tiene una relación **positiva baja** con la variable ‘**integración social**’, además, se denota que el ‘valor P’ arroja un resultado de 0,049 el cual es **menor** al valor alfa.

Análisis general de correlación

Tras el análisis, se puede apreciar que las correlaciones de la pregunta 4 ‘oportunidades’ con las preguntas del bienestar subjetivo ‘salud, educación, ingresos e integración social’ tienen correlación positiva, lo que quiere decir que tienen relación, sin embargo, esta relación es débil o moderada, por lo que se infiere que no todo el bienestar subjetivo percibido por los emprendedores es consecuencia de un buen capital social, sino que también pueden haber factores externos que influyen en la variable.

También se puede denotar que todas las correlaciones obtienen un valor p menor a alfa, esto significa que se debe rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis del investigador, la cual señala que: ‘Trabajar con un equipo multidisciplinario en el ámbito empresarial **SÍ** influye en el bienestar subjetivo percibido por las personas del capital social ‘CAPYMES’.

Entonces se tiene que las variables de capital social y bienestar subjetivo tienen una correlación positiva directa, además se tiene que estas variables tienen un porcentaje óptimo de significancia lo que de acuerdo con Aedo et al. (2020), en su estudio sobre estas variables, demuestra que el capital social sí influye en el bienestar subjetivo de las personas, en este caso, en el grupo de emprendedores de la provincia de Sucumbíos.

Acorde con lo antes mencionado Cornejo (2018) hace mención que el capital social es un gran elemento generador de bienestar en las personas, lo que se acaba de comprobar mediante el análisis de estas dos variables en esta investigación. El capital social estudiado arroja indicadores que permiten establecer que sí genera bienestar en las personas, puesto que se puede denotar que es un capital bien consolidado.

CAPITULO IV.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- En este trabajo investigativo se ha optado primeramente por fundamentar teóricamente el capital social y el bienestar subjetivo, en donde se analizó cada uno de estos temas relacionados a la parte social. Empezando por el capital social se logró entender que éste es un indicador que sirve para medir el nivel de implicación que tienen los individuos dentro de un grupo con intereses comunes a partir de la confianza, las redes sociales y las normas de convivencia. Asimismo, se logró fundamentar teóricamente el bienestar subjetivo, en donde se establecieron conceptos de diferentes autores no solo del tema central, sino también de los subtemas como los son los modelos y las dimensiones del bienestar.
- Se determinó que el capital social estudiado, denominado ‘CAPYMES’ tiene personal altamente satisfecho con su integración con otros emprendedores, además se evidenció que aplican normas de convivencia, lo que facilita la confianza en generar nuevas redes de amigos, socios, empleados y clientes para dicho capital social.
- Así mismo, se pudo apreciar que los emprendedores tienen pleno conocimiento de lo que es un capital social y cómo este ayuda a su proceso de crecimiento mediante los lazos de confianza que ellos generen unos con otros, puesto que los encuestados manifestaron que entre mayor confianza, también será mejor la cooperación.
- Tal y como se ha podido comprobar, gracias al estudio estadístico correlacional, se tiene que la variable ‘capital social’ tiene una correlación positiva con la variable ‘bienestar subjetivo’ esto significa que los emprendedores perciben una mejoría en su salud, en sus ingresos, en su oportunidad de capacitarse académicamente y en su integración con los espacios donde pueden generar contactos y redes.

4.2 Recomendaciones

- Se recomienda compartir la información recolectada y analizada en este trabajo investigativo para el uso pertinente dentro y también fuera de la entidad estudiada, esto con el fin de determinar falencias o aciertos y dar una mejora a los diferentes temas tratados.
- En el apartado de normas establecidas en el capital social hubo personas que manifestaron que poco se aplican, por lo que es importante recomendar se tome en cuenta lo investigado y se trabaje en mejorar los aspectos de convivencia, para que los emprendedores se sientan conformes de pertenecer al capital social.
- Se da como recomendación que la información presentada en este trabajo investigativo pueda ser utilizado de forma abierta como una opción al momento de recolectar información relacionada con el capital social y el bienestar subjetivo relacionado a la temática empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

- Aedo, J., Oñate, E., Jaime, M., & Salazar, C. (2020). Capital social y bienestar subjetivo: Un estudio del rol de la participación en organizaciones sociales en la satisfacción con la vida y felicidad en ciudades chilenas. *Revista de análisis económico*, 2-9.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (29 de Abril de 2020). *Ciencia, Tecnología e Innovación*. Obtenido de <https://blogs.iadb.org/innovacion/es/covid-19-opportunidad-transformacion-digital-pymes/>
- Beltrán Guerra, L., Arellanez Hernández, J., Romero Pedraza, E., Cortés Flores, É., & Ruiz Libreros, M. (2020). Medición del Bienestar Subjetivo y Condiciones de Vida en el contexto sociocultural de la contingencia por COVID en Veracruz, México. Xalapa, México: Universidad Veracruzana.
- Burbano Alarcón, M. (2017). EL CAPITAL SOCIAL DESDE UNA APROXIMACIÓN ÉTICA. *Revista PUCE*, 3-14.
- Carranco, R. (2017). La aportación de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en la economía ecuatoriana. *CIICAE-UIDE*, 1-12.
- Contento, M. (2020). *Estadística con aplicaciones en R*. Bogotá: Utadeo.
- Cornejo Vásquez, D. (2018). Determinantes del Bienestar Subjetivo (BS) en el Ecuador como criterio para la elaboración del Plan Nacional de Desarrollo. Quito, Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Corona, J. (2018). INVESTIGACIÓN CUALITATIVA: FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS, TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS. *Vivat Academia*, 2-5.
- Cueva Ochoa, F. V. (2016). Plan de negocio para la pequeña empresa la Casa del Perno ubicada en el cantón Lago Agrio provincia de Sucumbíos. Lago Agrio: ESPE.
- Díaz, V., & Calzadilla, A. (2018). Metodología de la Investigación, procesos de investigación y estudiantes de Medicina. *Salud Uninorte*, 3-5.
- Flores, M., & Rello, F. (2001). CAPITAL SOCIAL: VIRTUDES Y LIMITACIONES. Santiago, Chile.

- Gallego, C., & Naranjo, C. (2020). El capital humano de la empresa: una propuesta de medición. *Entramado*, 2-5.
- García Álvarez, D. (2020). Salud mental en la adolescencia montevideana: una mirada desde el bienestar psicológico. *Revista AVFT*, 6-15.
- García, J. (2016). *Metodología de la investigación para administradores*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Haz Gómez, F. E. (2016). EL CAPITAL SOCIAL Y LA UNIVERSIDAD: ESTUDIO SOBRE LA INFLUENCIA DE LA UNIVERSIDAD EN LA CONSTRUCCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL EN LOS JÓVENES. Coruña: Univeresidad de Coruña.
- Hermida, P., & Petrovic, N. (2021). Capital humano, capital social y elusión de impuestos en Ecuador: una perspectiva regional. *Revista Economía y Política*, 3-6.
- Hernández, A. (2018). RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA HOTELERÍA. UN ENFOQUE ÉTICO. *Redalyc*, 3-4.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGrawHill.
- Jaramillo Jiménez, J. E. (2018). *Estudiar y hacer sociología en Colombia en los años sesenta*. Universidad Central.
- Lizcano, J., & Lombana, J. (2017). Enfoques de la responsabilidad social empresarial en los agronegocios. *Universidad del Norte*, 5.
- Lorenzo Gilsanz, F. (2017). VINCULOS SOCIALES E INTEGRACIÓN. ESTUDIO INTERGENERACIONAL SOBRE CAPITAL SOCIAL E INTEGRACIÓN. Universidad Nacional de Educación a Distancia .
- Mertínez, E. (2020). *Estadística*. República Dominicana: EDICIONES UAPA.
- Molina, Y., Tobón, L., & Fonseca, J. (2019). Incidencia de la investigación formativa contable en el sector empresarial de Tunja - Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, 1-2.



- Montero, B. (2020). UNA REVISIÓN DEL CONCEPTO DE EXCLUSIÓN SOCIAL Y SU APLICACIÓN A LA SOCIEDAD ESPAÑOLA TRAS LA CRISIS ECONÓMICA MUNDIAL. UNA VISIÓN DE PROCESO. *Universidad de Granada*, 2-9.
- Muñoz, M., Cabrita, M., Ribeiro, M., & Diéguez, G. (2017). Técnicas de gestión empresarial en la globalización. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 3-4.
- Navarro Ruvalcaba, M. (2019). Modelos y regímenes de bienestar social en una perspectiva comparativa: Europa, Estados Unidos y América Latina. *Universidad de Guadalajara*, 3-8.
- Navarro Ruvalcaba, M. A. (2006). Modelos y regímenes de bienestar social en una perspectiva comparativa: Europa, Estados Unidos y América Latina. *Scielo*, 4-15.
- Rodríguez, K. (2020). El e-commerce y las Mipymes en tiempos de Covid-19 . *ESPACIOS* , 1-19.
- Rubio León, D. (2019). Dimensiones para abordar la salud mental en el contexto de la migración. Revisión de literatura científica entre 2016 y 2019. *Revista Javeriana*.
- Sánchez Escobedo, P., Camelo Lavadore, A., Vales García, J., & Barrera Hernández, L. (2020). Aceptación social de alumnos con alto rendimiento académico en México: un estudio comparativo entre Yucatán y Sonora. Yucatán: Universidad Autónoma de Yucatán.
- Serna, L., & Flores, J. (2021). Contribución de las empresas al mejoramiento social, económico y ambiental, como desarrollo en Colombia. *Revista de la Universidad del Azuay* , 1-32.
- Tello, S. (2014). Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país. *LEX*, 1-20.
- Terán, A., & Dávila, G. (2018). Gestión de la tecnología e innovación: un Modelo de Redes Bayesianas . *Economía: teoría y práctica*, 63-100.

Villalba , S. (2018). “Diseño del plan de marketing turístico, mediante la aplicación de la metodología PIMTE 2014, para promover y fomentar el turismo en la laguna Julio Marin, ubicada en la Parroquia Nueva Loja, Cantón Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos.”. Lago Agrio, Ecuador.

Zambrano, K. (2018). Las Pymes y su problemática empresarial. *FIPCAEC*, 3-24.


ANEXOS

Encuesta

 <p style="font-size: small;">UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS</p>  <p style="font-size: small;">Encuesta</p> <p>Objetivo: Analizar los elementos generadores del capital social y bienestar subjetivo en las PYMES de la provincia de Sucumbios.</p> <p>Instrucciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marque con una "X" la respuesta que considere correcta. • Marque una sola opción de respuesta. • Se sugiere absoluta sinceridad al responder. <p>Datos demográficos</p> <p>1. Género</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Masculino</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>Femenino</td> <td></td> </tr> </table> <p>2. Edad</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Entre 18 y 30 años</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>Entre 31 y 40 años</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Entre 41 y 50 años</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Entre 51 y 60 años</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Mayor a 60 años</td> <td></td> </tr> </table> <p>3. Nacionalidad</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Ecuatoriana</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>Colombiana</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Otra...</td> <td></td> </tr> </table> <p style="text-align: center;">Variable - Capital Social</p> <p>4. Relaciones y su interacción - (Redes sociales)</p> <p>4.1 ¿Has pertenecido a un grupo de emprendimiento dentro de la provincia?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Sí</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>No</td> <td></td> </tr> </table> <p>4.2 ¿Cuál cree usted que es su nivel de pertenencia en el grupo antes mencionado? Contestar solo si respondió "SI" en la pregunta 4.1</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Muy alto</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>Alto</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Intermedio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Bajo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Muy bajo</td> <td></td> </tr> </table> <p>4.3 ¿Cree usted que los contactos son importantes para desarrollar su emprendimiento?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Totalmente de acuerdo</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>De acuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td> <td></td> </tr> </table>	Masculino		Femenino		Entre 18 y 30 años		Entre 31 y 40 años		Entre 41 y 50 años		Entre 51 y 60 años		Mayor a 60 años		Ecuatoriana		Colombiana		Otra...		Sí		No		Muy alto		Alto		Intermedio		Bajo		Muy bajo		Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">En desacuerdo</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>Totalmente en desacuerdo</td> <td></td> </tr> </table> <p>4.4 ¿Considera que entre mayor comunicación con otras personas, mayor será la posibilidad de tener oportunidades de vender su producto o servicio?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Totalmente de acuerdo</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>De acuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>En desacuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Totalmente en desacuerdo</td> <td></td> </tr> </table> <p>5. Indicador de confianza</p> <p>5.1 ¿Considera usted que, a mayor confianza, mayor será el nivel de cooperación entre los emprendedores de la provincia?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Totalmente de acuerdo</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>De acuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>En desacuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Totalmente en desacuerdo</td> <td></td> </tr> </table> <p>5.2 ¿Considera que la confianza facilita un comportamiento positivo y se mejora la interacción?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Totalmente de acuerdo</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>De acuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>En desacuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Totalmente en desacuerdo</td> <td></td> </tr> </table> <p>5.3 ¿Cuán a menudo se establece reuniones con representantes de otros emprendimientos?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Muy a menudo</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>A menudo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Normalmente</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Casi nunca</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Nunca</td> <td></td> </tr> </table> <p>6. Adherencia a las normas</p> <p>6.1 ¿Existe las suficientes normas de convivencia en el grupo de emprendedores de la provincia?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Totalmente de acuerdo</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>De acuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>En desacuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Totalmente en desacuerdo</td> <td></td> </tr> </table> <p>6.2 ¿Qué tan frecuente se aplican las normas de convivencia entre emprendedores de la provincia?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Muy frecuente</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>Frecuente</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ocasionalmente</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Casi nunca</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Nunca</td> <td></td> </tr> </table>	En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		Muy a menudo		A menudo		Normalmente		Casi nunca		Nunca		Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		Muy frecuente		Frecuente		Ocasionalmente		Casi nunca		Nunca		<p style="text-align: center;">Variable - Bienestar subjetivo</p> <p>7. Dimensión de (Salud) - ¿Percibe usted que su salud ha mejorado durante el último año de trabajo en el ámbito del emprendimiento?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Totalmente de acuerdo</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>De acuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>En desacuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Totalmente en desacuerdo</td> <td></td> </tr> </table> <p>8. Dimensión de (Ingresos) - ¿Ha notado que sus ingresos han mejorado desde que su emprendimiento ya se ha establecido?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Totalmente de acuerdo</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>De acuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>En desacuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Totalmente en desacuerdo</td> <td></td> </tr> </table> <p>9. ¿Qué tan satisfecho se encuentra usted con su situación financiera actual?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Totalmente satisfecho</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>Muy satisfecho</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Neutral</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Poco satisfecho</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Nada satisfecho</td> <td></td> </tr> </table> <p>10. Dimensión de (Educación) - ¿Ha podido especializarse como emprendedor o aprender nuevas formas de hacer empresa mediante la academia, desde que empezó a emprender?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Totalmente de acuerdo</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>De acuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>En desacuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Totalmente en desacuerdo</td> <td></td> </tr> </table> <p>11. Dimensión de (Integración social) - ¿Siente que su círculo social ha crecido de buena forma desde que tiene su emprendimiento?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Totalmente de acuerdo</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>De acuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>En desacuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Totalmente en desacuerdo</td> <td></td> </tr> </table> <p>12. ¿Da confianza a personas a quienes conoce por primera vez?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Totalmente de acuerdo</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>De acuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>En desacuerdo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Totalmente en desacuerdo</td> <td></td> </tr> </table>	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		Totalmente satisfecho		Muy satisfecho		Neutral		Poco satisfecho		Nada satisfecho		Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo	
Masculino																																																																																																																																																																						
Femenino																																																																																																																																																																						
Entre 18 y 30 años																																																																																																																																																																						
Entre 31 y 40 años																																																																																																																																																																						
Entre 41 y 50 años																																																																																																																																																																						
Entre 51 y 60 años																																																																																																																																																																						
Mayor a 60 años																																																																																																																																																																						
Ecuatoriana																																																																																																																																																																						
Colombiana																																																																																																																																																																						
Otra...																																																																																																																																																																						
Sí																																																																																																																																																																						
No																																																																																																																																																																						
Muy alto																																																																																																																																																																						
Alto																																																																																																																																																																						
Intermedio																																																																																																																																																																						
Bajo																																																																																																																																																																						
Muy bajo																																																																																																																																																																						
Totalmente de acuerdo																																																																																																																																																																						
De acuerdo																																																																																																																																																																						
Ni de acuerdo ni en desacuerdo																																																																																																																																																																						
En desacuerdo																																																																																																																																																																						
Totalmente en desacuerdo																																																																																																																																																																						
Totalmente de acuerdo																																																																																																																																																																						
De acuerdo																																																																																																																																																																						
Ni de acuerdo ni en desacuerdo																																																																																																																																																																						
En desacuerdo																																																																																																																																																																						
Totalmente en desacuerdo																																																																																																																																																																						
Totalmente de acuerdo																																																																																																																																																																						
De acuerdo																																																																																																																																																																						
Ni de acuerdo ni en desacuerdo																																																																																																																																																																						
En desacuerdo																																																																																																																																																																						
Totalmente en desacuerdo																																																																																																																																																																						
Totalmente de acuerdo																																																																																																																																																																						
De acuerdo																																																																																																																																																																						
Ni de acuerdo ni en desacuerdo																																																																																																																																																																						
En desacuerdo																																																																																																																																																																						
Totalmente en desacuerdo																																																																																																																																																																						
Muy a menudo																																																																																																																																																																						
A menudo																																																																																																																																																																						
Normalmente																																																																																																																																																																						
Casi nunca																																																																																																																																																																						
Nunca																																																																																																																																																																						
Totalmente de acuerdo																																																																																																																																																																						
De acuerdo																																																																																																																																																																						
Ni de acuerdo ni en desacuerdo																																																																																																																																																																						
En desacuerdo																																																																																																																																																																						
Totalmente en desacuerdo																																																																																																																																																																						
Muy frecuente																																																																																																																																																																						
Frecuente																																																																																																																																																																						
Ocasionalmente																																																																																																																																																																						
Casi nunca																																																																																																																																																																						
Nunca																																																																																																																																																																						
Totalmente de acuerdo																																																																																																																																																																						
De acuerdo																																																																																																																																																																						
Ni de acuerdo ni en desacuerdo																																																																																																																																																																						
En desacuerdo																																																																																																																																																																						
Totalmente en desacuerdo																																																																																																																																																																						
Totalmente de acuerdo																																																																																																																																																																						
De acuerdo																																																																																																																																																																						
Ni de acuerdo ni en desacuerdo																																																																																																																																																																						
En desacuerdo																																																																																																																																																																						
Totalmente en desacuerdo																																																																																																																																																																						
Totalmente satisfecho																																																																																																																																																																						
Muy satisfecho																																																																																																																																																																						
Neutral																																																																																																																																																																						
Poco satisfecho																																																																																																																																																																						
Nada satisfecho																																																																																																																																																																						
Totalmente de acuerdo																																																																																																																																																																						
De acuerdo																																																																																																																																																																						
Ni de acuerdo ni en desacuerdo																																																																																																																																																																						
En desacuerdo																																																																																																																																																																						
Totalmente en desacuerdo																																																																																																																																																																						
Totalmente de acuerdo																																																																																																																																																																						
De acuerdo																																																																																																																																																																						
Ni de acuerdo ni en desacuerdo																																																																																																																																																																						
En desacuerdo																																																																																																																																																																						
Totalmente en desacuerdo																																																																																																																																																																						
Totalmente de acuerdo																																																																																																																																																																						
De acuerdo																																																																																																																																																																						
Ni de acuerdo ni en desacuerdo																																																																																																																																																																						
En desacuerdo																																																																																																																																																																						
Totalmente en desacuerdo																																																																																																																																																																						

Anexo 1: Encuesta

Oficio a CAPYMES



Ambato, 17 de enero de 2022
FCA-D-005-2022


Licenciada
Gloria Granda
PRESIDENTA
CAPYMES
Presente:

De mi consideración:

A nombre de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato reciba un cordial saludo; me dirijo a usted en calidad de **DECANO** de la misma a fin de solicitar, autorice al señor: **ROSERO GUADALUPE TAIRON SANTIAGO**, estudiante de décimo semestre la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, la aplicación de encuestas en la **“CÁMARA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DE LA PROVINCIA DE SUCUMBÍOS (CAPYMES)”** del proyecto de Investigación con el tema: **“CAPITAL SOCIAL Y BIENESTAR SUBJETIVO ANÁLISIS DE ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS Y TECNOLÓGICOS”**.

Es oportuno expresarle mi testimonio de consideración distinguida.

Atentamente,




Identificación electrónica por:
SANTIAGO XAVIER
PEÑAHERRERA
ZAMERANO

Ing. Santiago X. Peñaherrera Z., MBA.
DECANO

SP/vch

Dir. Av. Los Chasquis y Río Cutuchi
Casilla: 334 Fax: 2411123 Telf: 2841179 - 2841715
e-mail: fadm@uta.edu.ec



www.fcadm.uta.edu.ec

Anexo 2: Oficio para la empresa