



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA
CARRERA DE INGENIERÍA FINANCIERA

**Proyecto de investigación, previo a la obtención del Título de Ingeniera
Financiera**

Tema:

**“Factores de éxito en los emprendimientos apoyados por la Agencia de Desarrollo
CORPOAMBATO.”**

Autora: Vallejo Espín, Jessenia de los Ángeles

Tutor: Ing. Mg. Jara Vásquez, Ernesto Alfredo

Ambato – Ecuador

2018

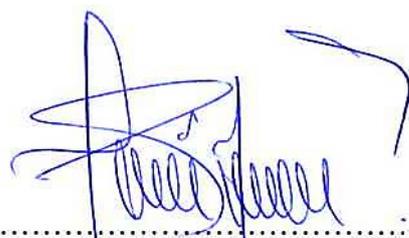
APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo Ing. Ms. Ernesto Alfredo Jara Vásquez, con cedula de identidad N° 0601731342, en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación sobre el tema: **“FACTORES DE ÉXITO EN LOS EMPRENDIMIENTOS APOYADOS POR LA AGENCIA DE DESARROLLO CORPOAMBATO”** desarrollado por Jessenia de los Ángeles Vallejo Espín, de la carrera de Ingeniería Financiera, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Julio de 2018.

TUTOR



Ing. Mg. Ernesto Alfredo Jara Vásquez

C.I. 060173134-2

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Jessenia de los Ángeles Vallejo Espín, con cédula de identidad N° 180539981-1, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto investigativo, bajo el tema: **“FACTORES DE ÉXITO EN LOS EMPRENDIMIENTOS APOYADOS POR LA AGENCIA DE DESARROLLO CORPOAMBATO”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis y síntesis de datos; conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, autora de este Proyecto de Investigación.

Ambato, Julio de 2018.

AUTORA



.....
Jessenia de los Ángeles Vallejo Espín

C.I. 180539981-1

CESIÓN DE DERECHOS

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y proceso de investigación.

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

Ambato, Julio de 2018.

AUTORA

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'J. Vallejo Espín', is written over a light blue circular stamp.

.....
Jessenia de los Ángeles Vallejo Espín

C.I. 180539981-1

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Proyecto de Investigación, sobre el tema: **“FACTORES DE ÉXITO EN LOS EMPRENDIMIENTOS APOYADOS POR LA AGENCIA DE DESARROLLO CORPOAMBATO”**, elaborado por Jessenia de los Ángeles Vallejo Espín, estudiante de la Carrera de Ingeniería Financiera, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

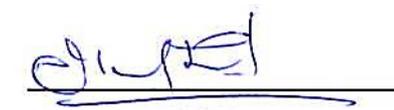
Ambato, Julio de 2018.



Eco. Mg. Diego Proaño
PRESIDENTE



Dr. Esteban Caiza
MIEMBRO CALIFICADOR



Ing. Mauricio Sánchez
MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación quiero dedicarlo a mis queridos padres, ya que he sido conocedora del esfuerzo que han realizado para sacar adelante a mis hermanos y a mí; a más de ellos a toda mi familia que han sido pilar fundamental en mi formación y siempre me han apoyado en mis decisiones, pero sobre todo a mi querida Abuelita Blanqui que desde el cielo me ha cuidado y anhelaba que llegue hasta aquí.

Con cariño

Jessenia de los Ángeles Vallejo Espín

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por ser quien acompañado mi camino y me ha permitido llegar hasta aquí, a mis padres que siempre me han apoyado a lo largo de esta trayectoria estudiantil y han sido un modelo a seguir con sus enseñanzas y consejos.

A mi querida Universidad Técnica de Ambato que me ha visto crecer y desarrollarme como profesional a la vez a mis compañeras y amigas por los momentos compartidos fuera y dentro de clases, a mis maestros que en el momento apropiado supieron transmitir su conocimiento, pero de manera especial a mi querido tutor por su paciencia y ánimos para seguir adelante.

De todo corazón deseo agradecer a CORPOAMBATO que me permitido mostrar mis aptitudes como profesional y a mis queridos emprendedores ya que gracias a ellos se realizó esta investigación.

Jessenia de los Ángeles Vallejo Espín

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE INGENIERÍA FINANCIERA

TEMA: “FACTORES DE ÉXITO EN LOS EMPRENDIMIENTOS APOYADOS POR LA AGENCIA DE DESARROLLO CORPOAMBATO.”

AUTORA: Jessenia de los Ángeles Vallejo Espín

TUTOR: Ing. Ms. Ernesto Alfredo Jara Vásquez

FECHA: Junio 2018

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación, analiza los factores de éxito en los emprendimientos de un cierto grupo de emprendedores de la provincia, a través del método de recolección de datos que es la encuesta, con el fin de identificar la mala gestión en los factores presentes de los emprendedores. El análisis se encuentra enfocado en las siguiente variables: a) emprendimiento presenta la dimensión personal y social, b) factores de éxito se encuentran los de carácter cualitativo (capacidad de innovación, tecnología de producción, nivel de conocimiento, competencias) y cuantitativo (rentabilidad económica, capital, financiamiento, porcentaje de ventas, ingreso promedio, número de empleados). El análisis e interpretación de resultados fue la clave principal en la búsqueda de falencias en la gestión empresarial de los negocios y la respuesta a las preguntas directrices de la investigación. Al detectar los problemas en cada una de las variables estudiadas responde a la perspectiva de que es lo que sucedería a futuro si esa gestión continúa, para ello se propone en base a cada problema estrategias gerenciales para incorporar una mejor administración en el negocio.

PALABRAS DESCRIPTORAS: EMPRENDIMIENTO, FACTORES CLAVES DE ÉXITO, GESTIÓN, ESTRATEGIAS GERENCIALES.

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDITING
CAREER OF FINANCIAL ENGINEERING

TOPIC: "SUCCESS FACTORS IN ENTREPRENEURSHIP SUPPORTED BY AGENCY CORPOAMBATO."

AUTHOR: Jessenia de los Ángeles Vallejo Espín

TUTOR: Ing. Ms. Ernesto Alfredo Jara Vásquez

DATE: July 2018

ABSTRACT

The present research project analyzes the success factors in the undertakings of a certain group of entrepreneurs in the province, through the method of data collection that is the survey, in order to identify mismanagement in the present factors of the entrepreneurs. The analysis is focused on the following variables: a) entrepreneurship presents the personal and social dimension, b) success factors are those of a qualitative nature (capacity for innovation, production technology, level of knowledge, skills) and quantitative (profitability) economic, capital, financing, percentage of sales, average income, number of employees). The analysis and interpretation of results was the main key in the search for shortcomings in the business management of the businesses and the answer to the research research questions. When detecting the problems in each of the variables studied, it responds to the perspective of what will happen in the future if this management continues, for this purpose, management strategies are proposed based on each problem to incorporate better management in the business.

KEYWORDS: ENTREPRENEURSHIP, KEY FACTORS OF SUCCESS, MANAGEMENT, MANAGEMENT STRATEGIES.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN EJECUTIVO	viii
ABSTRACT.....	ix
ÍNDICE GENERAL	x
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.1 Tema de investigación	3
1.2 Planteamiento del problema.....	3
1.2.1 Contextualización	3
1.2.1.1 Macrocontextualización.....	3
1.2.1.2 Mesocontextualización.....	9
1.2.1.3 Microcontextualización.....	12
1.2.2 Formulación y Análisis Crítico.....	13
1.2.2.1 Relación Causa- Efecto.....	14
1.2.3 Prognosis.....	15
1.2.4 Preguntas Directrices	15
1.3 Justificación	16
1.4 Objetivos.....	16
1.4.1. Objetivo General.....	16
1.4.2 Objetivos Específicos.....	16
CAPITULO II	17
MARCO TEÓRICO.....	17
2.1 Antecedentes Investigativos.....	17

2.2 Fundamentación Filosófica.....	21
2.3 Fundamentación Legal.....	22
2.4 Fundamentación Científico – Técnica	26
2.4.1 Categorías Fundamentales	26
2.4.1.1 Superordinación	26
2.4.1.2 Constelación de Ideas.....	27
2.4.1.3 Marco Conceptual de la Variable Independiente	29
2.4.1.4 Marco Conceptual de la Variable Dependiente	40
CAPITULO III.....	46
METODOLOGÍA	46
3.1 Enfoque de la Investigación.....	46
3.2 Modalidad de la Investigación	46
3.3 Nivel de la Investigación	47
3.4 Población y Muestra	47
3.4.1 Población.....	47
3.4.2 Muestra	49
3.5 Operacionalización de las Variables	52
3.5.1 Variable dependiente: “Emprendimiento”	52
3.5.2 Variable Independiente: “Factores Claves de Éxito”	53
3.6 Plan de Recolección de Información	55
3.7 Plan de procesamiento de la Información	56
CAPITULO IV	57
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	57
4.1 Análisis e Interpretación de Datos	57
4.2 Principales Resultados	102
4.2.1 Resultados Relevantes por Categoría de la Encuesta.....	102
4.2.2 Limitaciones del Estudio.....	105
4.3 Conclusiones	105
4.4 Recomendaciones (propuesta)	106
Referencias Bibliográficas.....	112
ANEXOS.....	115

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla 1. Actividad Emprendedora en las Economías del GEM, 2016- Región América Latina y El Caribe	4
Tabla 2. Estadísticas sobre Artesanías en la Provincia de Tungurahua	11
Tabla 3. Frecuencia de Categorías del Total de Emprendedores	47
Tabla 4. Clasificación de Emprendimientos	49
Tabla 5. Micro emprendimientos seleccionados para investigación.....	50
Tabla 6. Hoja de Ruta de Recolección de la Información.....	55
Tabla 7. Frecuencia género	57
Tabla 8. Frecuencia del tiempo de vida en el mercado	58
Tabla 9. Frecuencia de motivación personal.....	59
Tabla 10. Frecuencia en la medición de logro de objetivos	60
Tabla 11. Frecuencia de Incidencia de beneficios económicos	61
Tabla 12. Frecuencia de beneficio a la sociedad.....	62
Tabla 13. Frecuencia de medición de rentabilidad.....	63
Tabla 14. Frecuencia recurso- productividad.....	64
Tabla 15. Frecuencia tipo de capital del negocio.....	65
Tabla 16. Frecuencia monto de capital inicial	66
Tabla 17. Frecuencia acceso a fuentes de financiamiento	67
Tabla 18. Frecuencia destino del financiamiento.....	68
Tabla 19. Frecuencia registro de contabilidad en el negocio	69
Tabla 20. Frecuencia del aumento en ventas	70
Tabla 21. Frecuencia ingreso mensual promedio.....	71
Tabla 22. Frecuencia del porcentaje de utilidad neta.....	72
Tabla 23. Frecuencia destino de los ingresos.....	73
Tabla 24. Frecuencia personas en el emprendimiento	74
Tabla 25. Frecuencia beneficios del negocio	75
Tabla 26. Frecuencia mejoras para el producto	76
Tabla 27. Frecuencia del porcentaje de aplicación de mejoras	77
Tabla 28. Frecuencia mejoras tecnológicas	78
Tabla 29. Comportamiento según mejoras tecnológicas.....	79
Tabla 30. Frecuencia nivel de conocimiento.....	80
Tabla 31. Frecuencia carácter del conocimiento.....	81
Tabla 32. Frecuencias nivel de competencia	82
Tabla 33. Ventas y Compras con variaciones Emprendimiento” Natural 100% “años 2016-2017	85
Tabla 34. Ventas y Compras con variaciones Emprendimiento Arte JVS años 2016-2017. 89	
Tabla 35. Ventas y Compras con variaciones Emprendimiento “Rikolatte “años 2016-2017	94
Tabla 36. Operacionalización de la Propuesta	107

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico 1. Estructura de empresas según su tamaño - Ecuador año 2016	4
Gráfico 2 Ciclo del Emprendimiento	5
Gráfico 3. Principales motivos de cierre de los negocios en Ecuador.	8
Gráfico 4 Número de empresas por cada 10.000 habitantes según provincia, año 2016.....	9
Gráfico 5 Enfoque para desarrollo de actividades para la colectividad	10
Gráfico 6 Árbol de problemas.....	14
Gráfico 7. Superordinación conceptual.....	26
Gráfico 8. División de categorías del total de emprendimientos	48
Gráfico 9. División de categorías de emprendimientos seleccionados	51
Gráfico 10. Género.....	57
Gráfico 11. Tiempo de vida en el mercado.....	58
Gráfico 12. Motivación personal	59
Gráfico 13. Medición de logro de objetivos	60
Gráfico 14. Incidencia de los beneficios económicos.....	61
Gráfico 15. Beneficio a la sociedad	62
Gráfico 16. Medición de rentabilidad	63
Gráfico 17. Recurso-productividad.....	64
Gráfico 18. Capital del negocio	65
Gráfico 19. Monto de capital inicial	66
Gráfico 20. Acceso a fuentes de financiamiento.....	67
Gráfico 21. Destino del financiamiento	68
Gráfico 22. Registro de contabilidad	69
Gráfico 23. Aumento en ventas.....	70
Gráfico 24. Ingreso mensual promedio.....	71
Gráfico 25. Porcentaje de utilidad neta.....	72
Gráfico 26. Destino de los ingresos	73
Gráfico 27. Personas en el emprendimiento	74
Gráfico 28. Beneficios del negocio.....	75
Gráfico 29. Mejoras para el producto	76
Gráfico 30. Porcentaje de aplicación	77
Gráfico 31. Mejoras tecnológicas	78
Gráfico 32. Comportamiento con mejoras tecnológicas	79
Gráfico 33. Nivel de conocimiento	80
Gráfico 34. Carácter del conocimiento	81
Gráfico 35. Nivel de competencia del emprendedor.....	82
Gráfico 36. Ventas Natural 100% años 2016-2017	86
Gráfico 37. Compras Natural 100% años 2016-2017	86
Gráfico 38. Ventas vs Compras Natural 100% años 2016 - 2017	87
Gráfico 39. Ventas Arte JVS Artesanías años 2016-2017	90
Gráfico 40. Compras Arte JVS Artesanías años 2016- 2017.....	91
Gráfico 41. Ventas vs Compras Arte JVS Artesanías años 2016 y 2017	91
Gráfico 42. Ventas Rikolatte años 2016-2017	95
Gráfico 43. Compras Rikolatte años 2016- 2017.....	95
Gráfico 44. Ventas vs Compras Rikolatte años 2016 y 2017	96

INTRODUCCIÓN

La planeación de estrategias comerciales no es el primer punto pensado por una persona en el momento de crear un negocio, debido a que conseguir recursos para subsistir no da lugar a priorizar aquello, sin embargo la academia cada vez se encuentra preocupada por el emprendimiento como eje transversal para ello forma mejores profesionales que sean quienes aprovechen las oportunidades de mercado y sean una ventaja competitiva creando y fortaleciendo la economía del país.

El estudio de la investigación se llevó a cabo en un grupo de emprendedores de la provincia vinculados a la Agencia de Desarrollo CORPOAMBATO tomando en cuenta parámetros de inclusión y exclusión; en el desarrollo de campo y procesamiento de datos se obtuvo la misma información de cada uno de los 70 micro emprendimientos, el objetivo principal del estudio es generar una conciencia de cambio en el futuro emprendedor, arrancar los paradigmas de un emprendimiento por necesidad y buscar una mejor condición de vida para la persona que tendrá como antecedente los problemas más comunes que se suscitan al crear un emprendimiento. El presente trabajo analiza la realidad de los emprendedores sobre todo aquellos que trabajan de manera artesanal y en la informalidad del sector; ya que son los más vulnerables de la zona ante las grandes empresas existentes en la provincia y el Ecuador a su vez se recomienda estrategias que ayudarán a empujar al emprendimiento a una mejor condición para su establecimiento. Así es como se resume el trabajo realizado en la investigación en cuatro capítulos que se presentan a continuación.

Capítulo I: define el tema de investigación, se identifica el problema y sus contextualizaciones macro, meso, micro; se plantea una formulación y análisis crítico; se establece la relación causa – efecto mediante un árbol de problemas, pronosis, preguntas directrices, justificación del tema, finalmente se determinan objetivos generales y específicos.

Capítulo II: Describe el marco teórico que está compuesto por los antecedentes investigativos, en los que se detalla las investigaciones realizadas antes de llevar a cabo este estudio, la fundamentación filosófica, legal y la fundamentación científico-técnica

en la que se establecen las categorías fundamentales de la variable dependiente e independiente y posteriormente la conceptualización de las mismas.

Capítulo III: Detalla las modalidades básicas de la investigación que son bibliográfica–documental y de campo, el enfoque de investigación que es cualitativo y cuantitativo, el nivel de investigación será exploratorio y descriptivo y la población a ser estudiada. La operacionalización de las variables el plan de recolección de la información y un plan de procesamiento de la misma.

Capítulo IV: Establece el análisis e interpretación de datos, resultados relevantes por categorías de la encuesta, comprobación a las preguntas directrices, limitaciones al estudio, se establecen conclusiones y recomendaciones. En las recomendaciones está incluida una posible propuesta de solución con anexos.

CAPÍTULO I

ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Tema de investigación

Factores de éxito en los emprendimientos apoyados por la Agencia de Desarrollo CORPOAMBATO.

1.2 Planteamiento del problema

1.2.1 Contextualización

1.2.1.1 Macrocontextualización

El desarrollo económico de un país es el resultado de las habilidades que tiene la persona para poder descubrir, detectar, y aprovechar una oportunidad de negocio, dicho esto, existen factores en el entorno que afectan a la toma de decisiones para que el individuo continúe y se mantenga con su iniciativa. De acuerdo a Global Entrepreneurship Monitor (2016) menciona que Ecuador es el país con el índice más alto en la Actividad Emprendedora Temprana (TEA) con un 31,8%, frente a Colombia con 27,4 % y de los países de América Latina y el Caribe, ganando así al promedio de economías de eficiencia con un 2,2%, en emprendimientos naciotes (gestiones para crear un negocio) con un 22,4% y un 11% asignado para emprendedores nuevos (no superan los 42 meses), por otro lado un 14, 2% es población adulta que posee un negocio que trasciende a los 42 meses, determinando así que la mentalidad emprendedora va más allá de la idea de negocio.

En esta región el promedio de TEA marca un porcentaje de 18,8%, y el promedio de cierre de negocios es casi la mitad de éste con un 9,7% entre los países latinos, siendo Brasil el país con el menor índice en esta categoría con 5,6% y Belice desafortunadamente se encuentra con el mayor porcentaje de cierres, siendo este 18, 8%.

Sin embargo, en estas economías el promedio de negocios establecidos es de 8, 4%, es decir un negocio con cuatro años o más de antigüedad, lo que realmente es indispensable es preguntarse ¿Qué está pasando con el porcentaje restante? y ¿Por qué un mayor número de emprendimientos no llega a una fase de estabilidad? .

Tabla 1. Actividad Emprendedora en las Economías del GEM, 2016- Región América Latina y El Caribe

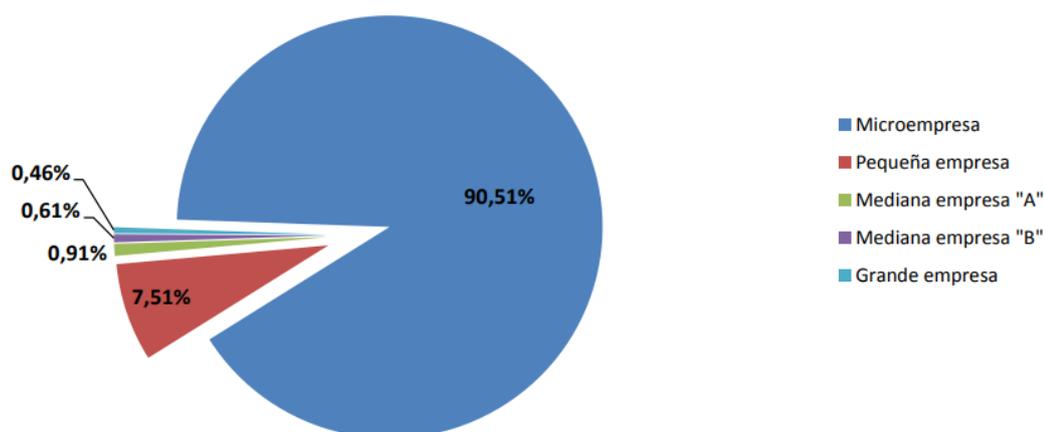
	País	Tasa de Emprendimientos Nacientes		Tasa de Propiedad de Negocios Nuevos		Actividad Emprendedora Temprana (TEA)		Propiedad del Negocios Establecidos		Cierre de Negocios (% TEA)	
		Valor	Ranking	Valor	Ranking	Valor	Ranking	Valor	Ranking	Valor	Ranking
América Latina & El Caribe	Argentina	8,9	14	5,7	23	14,5	16	7,9	24	10	25
	Belice	18,7	4	10,7	8	28,8	3	5,3	47	18,8	4
	Brasil	6,2	29	14	1	19,6	10	16,9	4	5,6	50
	Chile	15,6	7	9,3	10	24,2	7	8	23	10,1	23
	Colombia	16,3	6	11,3	5	27,4	5	8,9	18	8,9	32
	Ecuador	22,4	1	11	6	31,8	2	14,3	7	11,8	17
	El Salvador	8	21	6,7	16	14,3	17	11,5	10	11,3	18
	Guatemala	12,2	8	8,6	11	20,1	9	9,1	17	6,3	47
	Jamaica	4,1	47	5,8	22	9,9	35	8,2	21	9	31
	México	6,1	30	3,6	43	9,6	36	7,5	27	5,9	49
	Panamá	8,6	18	4,7	28	13,2	22	4,4	53	7,1	42
	Perú	19,9	3	5,7	23	25,1	6	6,1	41	8,3	35
	Puerto Rico	8,5	19	2	63	10,3	32	1,6	65	7,4	39
	Uruguay	10,1	10	4,7	38	14,1	20	7,4	30	14,6	8
Promedio Regional		11,8		7,4		18,8		8,4		9,7	

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor (2016)

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Una de las realidades de Ecuador, según INEC (2016), es que el 90,5% corresponde a las micro empresas, consideradas como tal aquellas que perciben ventas menores a 100.000 dólares y con el número de personas de 1 a 9.

Gráfico 1. Estructura de empresas según su tamaño - Ecuador año 2016



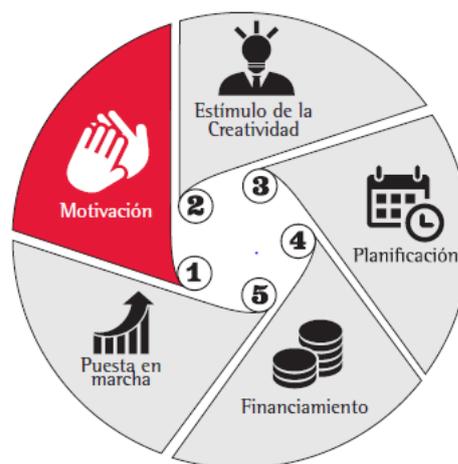
Fuente: INEC (2017)

Elaborado por: INEC (2017)

Dentro de la dinámica del gobierno pasado, operaba el plan de impulsar la matriz productiva que tuvo como propósito generar más riqueza a través del desarrollo productivo en las provincias de Ecuador, en donde: la producción manufacturera, es aquella ligada a la población urbana y necesita de tecnología para elaborar ciertos productos que en su mayoría son consumidos localmente y un porcentaje es exportado a mercados cada vez más exigentes y crecientes en el ámbito mundial. (SENPLADES, 2015).

El desarrollo empresarial depende no solo del emprendedor sino de quien decida involucrarse en su camino tanto actores públicos como privados, y es así que en el análisis de EKOS (2015) afirma que: “Las acciones promovidas se han caracterizado por una tendencia hacia la <escasa articulación> y a una <concentración en ciertas etapas> del denominado ciclo del emprendimiento”.

Gráfico 2 Ciclo del Emprendimiento



Fuente: EKOS (2015)

Elaborado por: EKOS (2015)

A pesar de una escasa articulación, en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones afirma lo siguiente en apoyo a los productores “Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y la tecnología potencien el cambio de matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores” (COPCI, 2016). El contexto político, institucional y social tienen un factor común que es la incertidumbre ante los cambios frecuentes que se dan como en el marco regulatorio o las contradicciones

gubernamentales de favorecer al emprendedor pero no al empresario todo influye en un riesgo alto de inversión y simplemente induce a que se den emprendimientos por necesidad.

Por otro lado en Ecuador la principal fuente de financiamiento para el emprendedor son los bancos con un 47% seguido del apoyo familiar con un 30% y el gobierno aporta apenas con un 4% ratificando así que no todos los actores son promotores del emprendimiento. (Global Entrepreneurship Monitor, 2016)

El soporte que el gobierno ha brindado para los pequeños productores ha sido con el Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS), El Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones(COPCI) y políticas de encadenamiento productivo; hay que destacar el programa de la institución financiera pública, para el micro y pequeño empresario que brinda La Corporación Financiera Nacional(CFN) con el denominado programa PROGRESAR, integrado por tres productos: Fondo de Garantía, Activos Fijos y Capital de Riesgo.

Según la página (CFN, 2017) son explicados de la siguiente manera:

Fondo de Garantía

La Corporación Financiera Nacional, suscribió el contrato de constitución del Fideicomiso Fondo Nacional de Garantías con la compañía Fiduciaria Ecuador Fiduecuador S.A. el 4 de diciembre de 2013.

En la Junta de Fideicomiso participan el Ministerio Coordinador de la Política Económica; el Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad; el Ministerio Coordinador de Desarrollo Social; y la Corporación Financiera Nacional, quien también está a cargo de la Secretaría Técnica.

El Fondo de Garantía está destinado para micro, pequeños y medianos empresarios que desarrollen actividades que contribuyan a la transformación de la Matriz Productiva del país, y que no cuenten con las garantías suficientes y adecuadas para obtener un crédito en una Institución Financiera.

Activos Fijos

La herramienta Activos Fijos está destinada al financiamiento para la adquisición bienes muebles e inmuebles u otros insumos para los proyectos. También está destinada para la ampliación o puesta en marcha de negocios vinculados con el fomento de exportaciones, la sustitución de importaciones, la generación de valor agregado y la diversificación productiva.

Capital de Riesgo

Capital de Riesgo busca canalizar recursos financieros provenientes de terceros (sean inversionistas privados o entidades gubernamentales) para financiar empresas o proyectos con un alto componente innovador, que puedan aportar de forma significativa al crecimiento de la economía ecuatoriana.

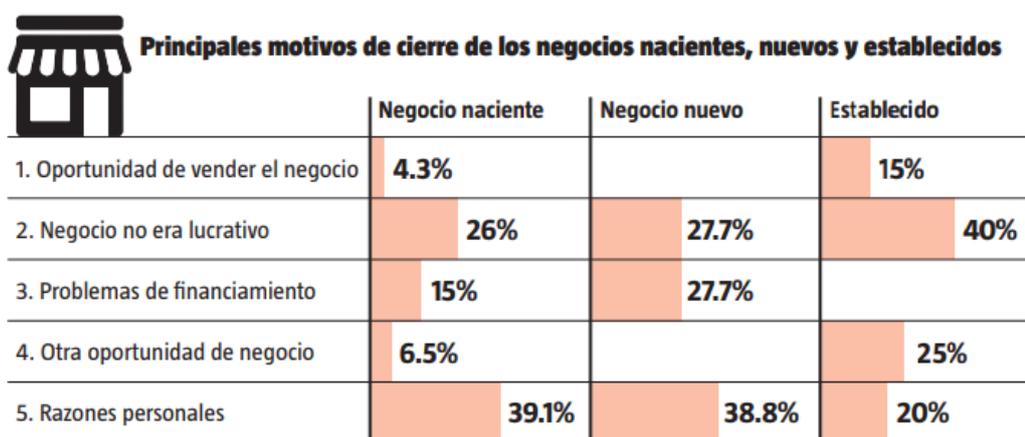
Los capitales semilla se entregaran a emprendimientos en fases de desarrollo que se proyecten a obtener altas tasas de crecimiento y posean un gran potencial productivo.

A diferencia de aquellas políticas, programas y demás actividades realizadas, los expertos de la Espae Graduate School of Management mencionan que existen restricciones al emprendimiento sobre todo en: el marco jurídico en general que impone barreras para la creación de empresas, la rigidez de las normas laborales, el costo de disolver una empresa, los continuos cambios tributarios y la incertidumbre que generan, el actual régimen de propiedad intelectual que afectaría principalmente a la innovación, entre otras.

Actualmente la organización Alianza para el Emprendimiento e Innovación del Ecuador (AEI) con más de 70 aliados entre ellos el sector público, privado, la academia y la sociedad civil ha presentado un primer borrador del proyecto de Ley de Emprendimientos ante la Comisión de Desarrollo Económico, Productivo y la Microempresa en la Asamblea Nacional, se espera esté lista para finales del presente año, todo con el fin de generar cambios en el marco legal nacional en beneficio de los empresarios. Dentro del contenido de esta propuesta se encuentra reformas a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno para deducciones del Impuesto a la Renta, se

busca simplificar trámites costosos por lo que debe haber un equilibrio entre la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria(ARCSA) Y Agrocalidad en cuestiones de notificación sanitaria, certificado de buenas prácticas de manufactura y demás; otra de las ideas propuestas es reforzar la educación inicial, para ello “el personal docente deberá adquirir las competencias y habilidades relativas al emprendimiento, a la innovación, a la iniciativa empresarial” (EL TELÉGRAFO, 2018) esto debido a que los profesores no se encuentran capacitados para dar una clase didáctica y más practica sobre emprendimiento e innovación según Nathalia Almeida subdirectora de AEI. Dentro del financiamiento se propone la creación y fortalecimiento de plataformas de financiamiento colectivo en Ecuador y la creación de un fondo de capital riesgo y capital semilla ; en cuanto a innovación el proyecto de ley propone incentivos a personas naturales y jurídicas que apoyen a iniciativas orientadas al desarrollo de la competitividad, que mejoren la eficiencia operacional y la productividad, por último si bien Ecuador tiene la TEA más alta de la región no está produciendo las plazas de empleo necesarias para disminuir el desempleo, es por ello que se plantea para el mercado local los llamados encadenamientos productivos y que las grandes empresas halen a los pequeños proveedores y a su vez estos puedan crecer y logren mejores niveles de calidad en sus productos.

Gráfico 3. Principales motivos de cierre de los negocios en Ecuador.



Fuente: EL TELÉGRAFO (2018)

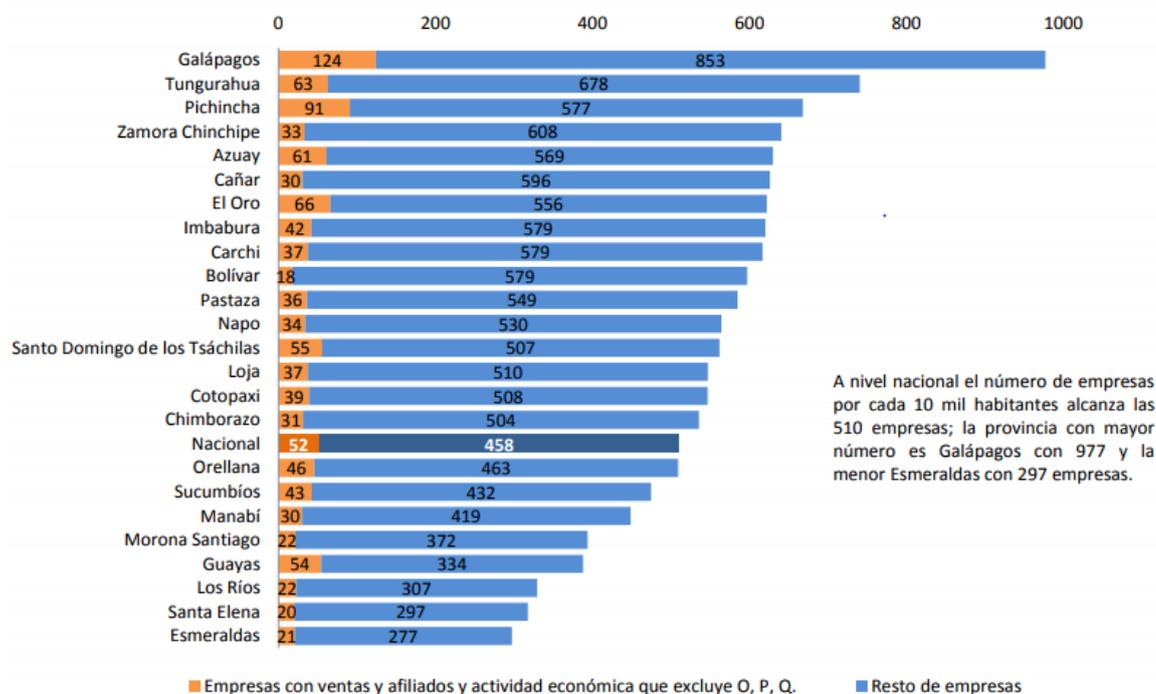
Elaborado por: EL TELÉGRAFO (2018)

1.2.1.2 Mesocontextualización

La Provincia de Tungurahua con una superficie de 3,386.26 km² es la segunda más pequeña del Ecuador, pero con una de las densidades poblacionales más altas 149.75 habitantes por kilómetro cuadrado, dando un total de 504,567.65 habitantes, divididos tanto en población urbana como rural. Esta es una cantidad general de población, en la provincia, se desconoce el número exacto de emprendimientos existentes debido a la informalidad de los negocios, sin embargo lo más acertado y cerca que se ha identificado es una de las investigaciones sobre el Clúster Artesanal de Tungurahua en el cual según el HGPT y CORFOPYM para el año 2014 se han identificado 3.720 artesanos divididos en dos ramas principales que son Rama Artesanal de Producción y Rama Artesanal de Servicios.

Es relevante mencionar que Tungurahua según el estudio realizado por INEC (2016) se encuentra en el segundo lugar mostrando que por cada 10.000 habitantes alcanza 741 empresas divididas 63 en pequeña, mediana y grande empresa; y 678 en micro emprendimientos.

Gráfico 4 Número de empresas por cada 10.000 habitantes según provincia, año 2016



Fuente: INEC (2017)

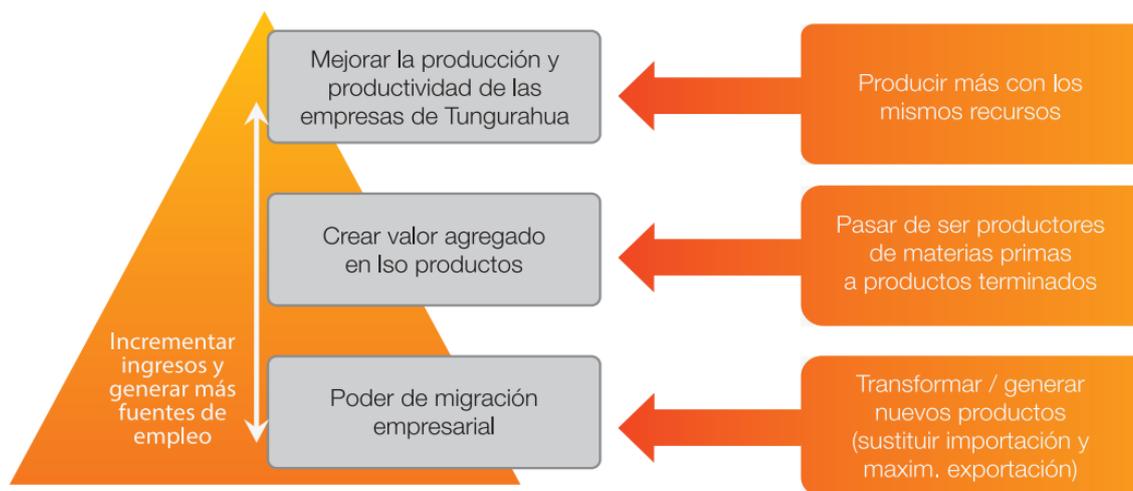
Elaborado por: INEC (2017)

En base a las estadísticas expuestas el trabajo no solo depende del microempresario este debería ser un esfuerzo conjunto de la sociedad para poder desarrollar así los territorios locales, como Bianchi (1997) lo manifiesta:

La existencia de recursos humanos cualificados, la vinculación del sistema de educación y capacitación con el perfil productivo de cada territorio, el acceso a líneas apropiadas de financiamiento para las microempresas y pequeñas empresas, la disponibilidad de servicios empresariales avanzados que permitan acceder a la información de mercados y tecnologías, líneas de comercialización, cooperación entre empresas, etc., son aspectos de un mercado de factores estratégicos que hay que construir territorialmente.

Gracias a ello día a día trabajan mancomunadamente diferentes grupos de interés, e impulsan propuestas ciudadanas bajo objetivos comunes tratando de fortalecer a la persona y generar trabajo. Para ello el Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua trabaja en el incremento de ingreso y empleo en la provincia; dentro de su nuevo modelo de gestión, es así que para el periodo (2014-2019) dicha institución con el apoyo de actores públicos, privados, de la academia, los trabajadores y los sectores sociales deciden apostar a la profundización de la matriz productiva considerando la vocación productiva, agropecuaria, comercial e industrial; atando así políticas del Gobierno Nacional y Plan Nacional del Buen Vivir.

Gráfico 5 Enfoque para desarrollo de actividades para la colectividad



Fuente: Agenda Tungurahua 2015-2017

Elaborado por: Dirección Planificación HGPT (2015)

La página del (Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, 2017) indica que:

Múltiples emprendimientos se comercializan en la provincia a través de pequeños productores de varios cantones de la provincia, quienes han recibido todo el apoyo de parte del Gobierno Provincial de Tungurahua para promocionar sus productos en diferentes ferias, entre ellas: la Feria “Yo Prefiero” del Mercado América, Megamaxi, Supermercados, tiendas de barrio, Parque Provincial de la Familia y en ferias productivas cantonales.

Con base en lo antes mencionado resulta importante impulsar las ferias debido a que el emprendedor busca un lugar donde posicionar su producto y marca a más de comercializar, es abrir una vitrina a que el cliente conozca, palpe y deguste los productos de calidad que la provincia produce.

En la siguiente tabla se observa algunas de las estadísticas de los emprendedores que lo actores vinculados deben mejorar en la provincia.

Tabla 2. Estadísticas sobre Artesanías en la Provincia de Tungurahua

Estadísticas sobre las Artesanías en Tungurahua	
Porcentaje	Detalle
79%	De artesanos tienen RUC, el 21% es informal.
10%	Poseen calificación artesanal y se pueden acoger a beneficios.
12%	Llevar contabilidad.
2%	De los artesanos realizan estudios de mercado.
1%	De los artesanos invierten en investigación.
51%	De fuerza laboral es masculina.
49%	De fuerza laboral es femenina.
5%	Invierten en capacitación al personal.
44%	De los artesanos tienen local propio.
56%	Arriendan un local.
24%	Han recibido financiamiento.

Fuente: Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua (2014)

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

En la provincia se trabaja con artesanos de las siguientes ramas: manualidades, sastres y modistas, artículos de cuero, alimentos, artesanías, metalmecánica de la misma forma existen artesanos de servicios como son: servicios automotriz, gabinetes de belleza y reparación de electrodomésticos. (Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, 2014) los cuales según el Global Entrepreneurship Monitor (2016) no

disponen de suficiente capital propio y el soporte financiero está caracterizado por la inversión informal de familiares, amigos y terceros privados.

1.2.1.3 Microcontextualización

La importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas en la economía se debe a que representan 94,7% de las empresas constituidas, emplean al 50% de la población económicamente activa y contribuyen con cerca de 23% del producto interno bruto. (Lerma et al., 2007, p.205)

La ciudad de Ambato cuenta con la incubadora de empresas CORPOAMBATO una Agencia de Desarrollo, sin fines de lucro, conformada por el Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, el GAD Municipalidad de Ambato, La Universidad Técnica de Ambato y Pontificia Universidad Católica del Ecuador-Sede Ambato.

Su misión es promover el crecimiento y el desarrollo económico de la ciudad y la provincia mediante la participación activa y concertada de todos los actores sociales, en especial de los gobiernos locales, empresarios, universidades, dirigentes comunitarios y políticos.

Dentro de las gestiones de la corporación, se lleva a cabo procesos gratuitos de apoyo al emprendimiento en aspectos como: asistencia técnica en temas de interés empresarial, generación de marcas, creación de páginas web promocionales, capacitaciones, promoción y realización de eventos de motivación al emprendedor, entre otros.

Actualmente en esta institución existen 114 emprendimientos vinculados, de los cuales son integrantes individuales en su mayoría, y colectivos como asociaciones pertenecientes a la Economía Popular y Solidaria.

Se entiende por Economía Popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su

actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital. (LOEPS, 2011)

Las principales problemáticas para este tipo de emprendedores que se han detectado en la provincia investigado por el Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua son las siguientes:

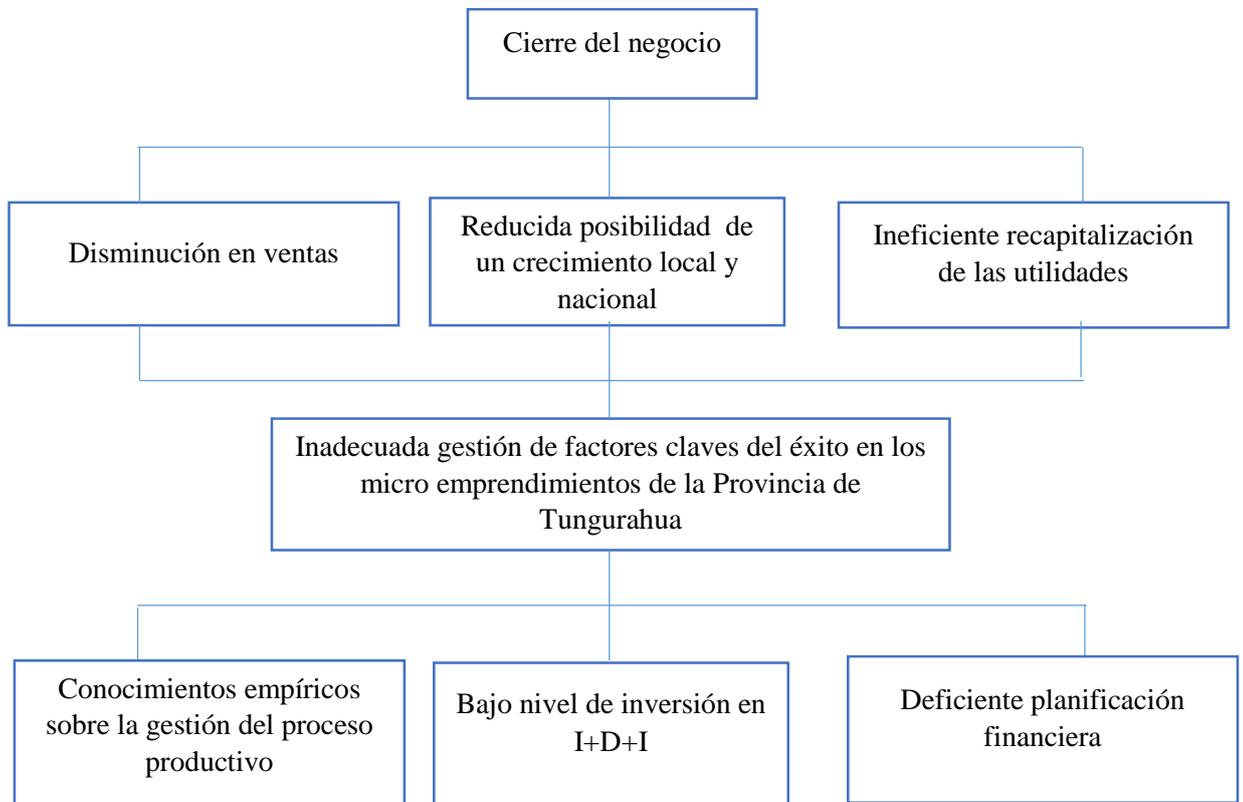
- Débil asesoría y capacitación especializada al sector.
- Producción no cumple con estándares de calidad.
- Limitados diseños de productos.
- Escasa innovación y diversificación de productos.
- Elevados costos de la materia prima.
- Bajo poder de negociación para comercializar en condiciones justas.
- Reducido apoyo del gobierno central al sector en asesoría y financiamiento.
- Baja mano de obra calificada.
- Restringido acceso a financiamiento en la banca pública.
- Deficiente mercado.
- Ineficiente desarrollo y tecnología.
- Producto artesanal requiere de un cambio de imagen y nuevas estrategias de mercado.
- Pocos espacios de promoción y comercialización.
- Competencia desleal entre los productores y comercializadores de productos artesanales.
- Alta presencia de informalidad en el sector.
- Exagerado número de permisos y extensa tramitología para la creación y operación de un negocio.

1.2.2 Formulación y Análisis Crítico

¿Cómo los factores del éxito inciden en los emprendimientos apoyados por la Agencia de Desarrollo CORPOAMBATO?

1.2.2.1 Relación Causa- Efecto

Gráfico 6 Árbol de problemas



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2017)

En la ciudad de Ambato y la Provincia de Tungurahua existe un número alto de micro emprendedores que basan sus expectativas en la variabilidad que el negocio presenta, en la organización y en las expectativas del consumidor, no poseen una adecuada gestión de los factores claves de éxito que los ha perjudicado.

El emprendedor una persona que en su mayoría emprende por necesidad, pues al no tener los recursos necesarios, no posee el conocimiento técnico que un título le ofrece, en su mayoría el conocimientos es empírico sobre la gestión del proceso productivo de su negocio.

De esta manera un emprendedor empírico no podría hablar de productividad debido a que no utiliza los recursos de manera óptima lo que afecta el precio del producto terminado y en consecuencia a esto puede producir una disminución de ventas.

Hoy en día es muy común que las empresas consolidadas hablen de investigación, desarrollo e inversión; pues estas cuentan con los recursos económicos suficientes para mantener un alto nivel tecnológico en la sociedad.

En el medio se conoce como artesano a la persona que utilizan como herramienta sus manos para poder trabajar, de tal manera, esto hace que su proceso sea más laborioso y rústico, actualmente existen emprendedores vinculados a las corporación que tras hacer un esfuerzo económico y obtener un crédito han logrado comprar maquinaria actual que les permita optimizar tiempo y dinero dentro de la producción. No todas los microempresarios se encuentran en las mismas capacidades y no todos han podido invertir en I+D+I., limitando así las oportunidades de crecimiento tanto a nivel local como internacional.

Otro de los aspectos que influye de manera significativa en los micro emprendimientos es la deficiente planificación financiera pues en muchos casos no se conserva el capital de trabajo necesario para seguir con el movimiento normal del negocio, lo que perjudica de manera significativa el flujo de efectivo que el emprendedor maneja y confunde el dinero obtenido al no recapitalizarlo.

1.2.3 Prognosis

Ante los antecedentes mencionados sobre emprendimientos las estadísticas demuestran que las iniciativas surgen de la necesidad de ingresos antes que de una oportunidad de mercado y la mejor solución resulta “poner un negocio”, que probablemente es uno de los errores más comunes de las personas, por ello si no se soluciona el problema provocaría el cierre de los mismos en el largo plazo, es decir el esfuerzo realizado, después del periodo de introducción que responde a dos o tres años de vida llegarían a su culminación probablemente sin que se haya recuperado la inversión realizada o a su vez teniendo pérdida y endeudamientos.

1.2.4 Preguntas Directrices

1. ¿Cuál es la realidad de los emprendimientos vinculados a CORPOAMBATO?
2. Están gestionando inadecuadamente los factores de éxito los emprendedores lo que desencadenaría en una disminución en la capacidad de sostenibilidad en el mercado?.

1.3 Justificación

El interés de la investigación responde a que en la actualidad en Ecuador las políticas gubernamentales apoyan a los empresarios con sus pequeñas y medianas empresas es por ello que las propuestas de cambio son a nivel macro, lo que no se percibe es que los micro emprendimientos en su mayoría son artesanales, el trabajo manual representa el 80% que incluye un proceso de transformación de materias primas para el producto terminado, donde esto se torna más laboriosos y complicado pero a su vez es una fortaleza ya que el artesano presenta una alta vocación productiva y comercial se desea dar respuesta a la mayoría de artesanos, que por sus condiciones son evadidos de beneficios, por ello el estudio beneficiará a los emprendedores de la ciudad y la Provincia de Tungurahua con el análisis estadístico y financiero contable a profundidad de los factores de éxito que no están potenciando su nivel.

Se pretende describir los factores de éxito sobretodo en beneficiarios que están empezando en la industria manufacturera y pretenden hacer crecer sus negocios, se busca sugerir mejoras y orientar el apoyo de esta agencia a funciones específicas, para personas que se encuentren en proceso de apertura de un negocio o a la vez que ya posee uno. Es importante que un ingeniero financiero conozca del tema y que sea capaz de interpretar resultados, analizarlos con el entorno y proponer una solución, y tomar decisiones acertadas

1.4 Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Determinar cuáles son los factores de éxito en los emprendimientos apoyados por CORPOAMBATO para que el emprendedor mejore su nivel de competitividad en el mercado.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Determinar la realidad de los emprendimientos vinculados a CorpoAmbato
- Analizar los factores críticos de éxito y como están gestionados.
- Concluir sobre la sostenibilidad de los emprendimientos de la provincia.
- Proponer estrategias enfocadas a potenciar los factores de éxito y mejorar la gestión de los emprendedores.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes Investigativos

Aragón y Rubio (2005) realizaron un estudio de factores explicativos del éxito competitivo en las PyMEs del estado de Veracruz en donde su objetivo principal fue: Determinar los factores internos que propician la competitividad en las PYMES. Dentro de los factores que la bibliografía especializada reconoce como estratégicos para las Pymes, y que se estudiaron se encuentran los siguientes: la capacidad financiera, los recursos tecnológicos, la innovación, las capacidades de marketing, la calidad del producto o servicio, la dirección de recursos humanos, las capacidades directivas para gestionar la empresa y la intensidad de las tecnologías de la información y comunicación.

Para poder hacer un contraste de la información teórica encontrada por estos autores, se analizan 1.425 pymes del estado de Veracruz encontrando que variables como tamaño, sector, antigüedad, y tipo de estrategia ya explican de manera parcial el éxito de una pyme. Una de las conclusiones más aproximadas que se obtuvo es que los recursos mal gestionados con respecto a los financieros es la debilidad que presentan las pequeñas empresas en cuanto a balances financieros, a más de ello las pymes que quieran, mejorar su posición competitiva frente a la competencia debe desarrollar nuevos activos tecnológicos y generar innovación continua. Las pymes exitosas se caracterizan por tener una orientación hacia el cliente y el mercado resaltando capacidades de marketing y deben también prestar atención a prácticas que favorezcan el desarrollo del capital humano.

Como se puede apreciar en la investigación las empresas que quieran obtener ventaja sobre la competencia deben saber gestionar estos factores; al contrastarlos con las pymes de Ecuador se dice que las falencias son muy similares y que el éxito depende mucho de las decisiones de la gerencia, si estas se ven orientadas a mejorar y dar crecimiento las empresas podrán tener estabilidad, de lo contrario solo se podrá contar con una empresa que oferte productos sin valor agregado y vulnerables ante la competencia.

Tomando en consideración a Hernández, Yescas, & Domínguez (2007) en su estudio denominado “Factores de Éxito en los Negocios de Artesanía en México” que tiene como objetivo principal: identificar los factores de éxito para el sector artesanal mexicano, utilizando la habilidad de los negocios para adquirir y coordinar sus recursos y capacidades. En este artículo se determinaron nueve factores de éxito los cuales fueron: innovación administrativa, impacto del financiamiento, tecnología de producción, tecnología en administración, capacidad en el manejo del proceso, del empaque, diferenciación e información. Llegaron a determinar que el sector artesanal muestra una dependencia del apoyo que puede lograr del gobierno y de las habilidades y conocimiento que tiene el artesano para elaborar sus productos.

Este estudio es una vitrina para que un artesano puede combinar e integrar de mejor manera sus recursos. Si todo el eje productivo de la provincia de Tungurahua tuviera la capacidad de identificar sus factores de éxito, esto sería la clave para que su gestión empresarial se maneje de mejor manera, gracias a este tipo de estudios los productores tienen una guía de como operar y cuáles son las expectativas a las que desean llegar.

En la investigación de CLADEA (2015) menciona que si bien existe un numero grande de iniciativas emprendedoras, éstas no logran consolidarse como una empresa y aquellas que se establecen no miran más allá de un mercado local. A sí mismo el autor menciona “Para la gestación y puesta en marcha, los emprendedores requieren mayores incentivos financieros, debido a que los existentes son escasos y burocráticos y competencias para el desarrollo de negocios innovadores” (p.12).

Si se da una mirada al pasado se puede apreciar que el emprendedor no tiene tanta relevancia como en la actualidad en donde las iniciativas del gobierno están promoviendo y motivando mediante programas de apoyo a que más personas puedan tener su negocio propio, he ahí cuán importante es para el emprendedor que las instituciones públicas como privadas brinden su apoyo.

En la actualidad instituciones como Ban Ecuador presentan dentro de su circular de tasas de interés, en la categoría de créditos productivos el nivel “Productivo para Pymes” con un porcentaje de 9,76% el cual muestra mayor facilidad para un financiamiento.

De acuerdo a Fuentelsaz & González (2015) en su estudio de contexto institucional y calidad del emprendimiento confirman que:

La situación más favorable se dará en aquellos países en los que ambas dimensiones actúen en la buena dirección, es decir, cuando la proporción de iniciativas de calidad sea superior y, además, el entorno favorezca la creación y el desarrollo de las nuevas empresas. Los análisis realizados confirman, efectivamente, este planteamiento y tienen importantes implicaciones tanto desde el punto de vista del diseño de las políticas públicas como desde la actuación de los propios emprendedores. (p.79)

Una vez más se afirma que el entorno institucional es un punto clave y de referencia para para que el emprendedor tenga éxito; mientras un país maneje sus reglas claras en cuanto a protección de derechos, transparencia e iniciativa de apoyo y que el emprendedor perciba esos beneficios, favorecerán de manera positiva a las dos partes.

Arroba (2017), de la Universidad Técnica de Ambato, realizó un seguimiento a los emprendedores de la Ciudad del Puyo con el tema: “El emprendimiento de las pequeñas y medianas empresas comercializadoras y el desarrollo económico del cantón Puyo, provincia de Pastaza”, el objetivo de esta investigación fue: Analizar el emprendimiento y el desarrollo económico del cantón Puyo, donde uno de los puntos más importantes que concluye la autora es:

El emprendedor del cantón Puyo, es una persona sin mayor capacitación técnica en el área de negocios donde se encuentra vinculado; a penas un 17,6% de los encuestados señalan haber tenido experiencia previa a la realización del nuevo emprendimiento; por último este tipo de emprendedor nace por la carencia de un empleo formal viéndolo más como una oportunidad resultando ser un emprendimiento por subsistencia.

Este estudio fue realizado a los emprendimientos tradicionales y debido a diversas características negativas como es un bajo nivel de escolaridad y los pocos conocimientos técnicos no han sobrepasado a un nivel innovador; este tipo de estudios demuestra que la falta de recursos económicos impulsa a la gente a buscar un método de subsistencia y como no posee las condiciones necesarias como un título académico se afirma que se encuentra en un nivel básico de emprendimiento, sin embargo con un

cambio de ideologías y el objetivo de superación y logro pueden mejorar sus condiciones de vida.

Vilcacundo (2014), de la Universidad Técnica de Ambato realizó un estudio en las pequeñas y medianas empresas del Cantón Ambato con el tema: “ La innovación tecnológica como factor de competitividad en las pequeñas y medianas empresas manufactureras del cantón Ambato”, el objetivo de esta investigación fue: Determinar la incidencia de la Innovación Tecnológica en la Competitividad de las Pequeñas y Medianas Empresas manufactureras del cantón Ambato, para la elaboración de estrategias destinadas al fortalecimiento competitivo del sector productivo local, algunos de los aportes que se obtuvo es que la innovación tecnológica constituye uno de los principales factores determinantes de competitividad. Al finalizar la autora concluye que:

Tanto el grado de innovación tecnológica como la competitividad se encuentran en un nivel medio en el cantón Ambato (pág. 143).

Para la mayoría de pequeñas y medianas empresas del cantón Ambato, la estrategia de liderazgo en costos constituye la mejor fuente de ventajas competitivas ante la competencia. Los factores internos de competitividad mayormente desarrollados en PYMES locales son aquellos relacionados con la calidad del producto, disponibilidad de maquinaria y la oferta de productos a precios bajos. Las PYMES locales no consideran la Innovación Tecnológica como factor clave de éxito razón por lo cual, en su mayoría, no disponen de un departamento o personal encargado de este tema (pág. 144).

Respecto a la utilización de tecnología en actividades empresariales, se encontró que, en realidad, la mayoría de empresas solo utilizan herramientas tecnológicas para tareas básicas; dejando de aplicarlas en actividades trascendentes como el mejoramiento de procesos productivos, y el manejo administrativo, contable y financiero (pag.145).

Todas estas conclusiones permiten reconocer que el factor de innovación tecnológica dentro de una empresa es de vital importancia puesto que no solo aporta a mejorar el proceso de producción de la microempresa; sino que ayudan con la optimización de recursos principalmente en cuanto a costos, por otro lado es realmente preocupante

que el cantón Ambato se encuentre a penas en un nivel medio, pero esta realidad puede ser cambiada por los administradores al reinvertir en este valioso factor y capacitando a su personal.

2.2 Fundamentación Filosófica

La presente investigación se basa en un enfoque crítico propositivo; crítico por cuanto analiza y cuestiona la realidad del emprendimientos y propositivo porque al detectar la mala gestión de los emprendimientos se puede plantear alternativas que mejoren estas condiciones y beneficien a la sociedad.

Por su parte, para complementar este enfoque, en cuanto a la posición del investigador (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010) mencionan que “el investigador es neutral, hace a un lado sus propios valores y creencias, su posición es imparcial, intenta asegurar procedimientos rigurosos y objetivos de recolección y análisis de los datos, así como evitar que sus sesgos influyan en los resultados” (p. 12)

Desde el punto de vista de la epistemología tomando en cuenta la conceptualización de (Flores, Flores R., & Aguilar, 2013) menciona que:

La epistemología nos sitúa en una dimensión del conocimiento a escala humana, constituyendo éste el repertorio de experiencias culturales que los grupos humanos son capaces de acumular a través del tiempo y de potenciar permanentemente en sus relaciones mutuas y en su vinculación con la realidad objetiva que le rodea y la realidad inmanente que es capaz de generar como resultado de sus propias capacidades de metacognición, es decir, de la capacidad intelectual, propiamente humana, relacionada con la posibilidad de reflexionar acerca del propio conocimiento creado, sea este conocimiento estructurado en torno a realidades objetivas o en torno a ideas.

El trabajo de investigación pretende generar conocimiento del problema en el cual incurre una persona al momento de emprender un negocio debido a sus iniciativas motivacionales o a la vez para poder ayudar a orientar los proyectos que se encuentran en camino, simultáneamente se pretende analizar factores de éxito y como están gestionados. Esto se lograra a través del análisis de datos de la investigación, las conclusiones a las que se llegue y las estrategias que se sugieran ante el problema identificado.

Del mismo modo para el enfoque correspondiente a la ontología uno de los objetivos de esta investigación es determinar la situación real de los emprendimientos analizando sus factores críticos de éxito y como los emprendedores de la provincia de Tungurahua los están gestionando, de esta manera se podrá entender el comportamiento y razón de ser.

La presente investigación utiliza el método científico para alcanzar su fin debido a que este se basa en el conocimiento científico que para Morán & Alvarado (2010) éste “exige mayor rigor, trata de encontrar las regularidades en los acontecimientos para explicarlos conocerlos y predecirlos” (p.5)

Para Gortari (citado por Eyssautier, 2006) En el método científicos el procedimiento planeado que sigue en la investigación para descubrir las formas de existencia de los procesos objetivos para desentrañar sus conexiones internas y externas para generalizar y profundizar los conocimientos así adquiridos, para llegar a demostrarlos con rigor racional y para comprobar con las técnicas de su aplicación (98)

En cuanto al conocimiento axiológico la investigación se basa en los valores y principios éticos del investigador como de la población a ser estudiada; recalcando así valores como la honestidad, verdad, transparencia, honradez académica tanto para trabajo de campo como citas a presentar.

2.3 Fundamentación Legal

Las bases legales que sustentan la presente investigación son:

La Constitución Política de Ecuador, en el título XII Del Sistema Económico, capítulo uno; Principios generales (2008) menciona lo siguiente:

Art. 242.- La organización y el funcionamiento de la economía responderán a los principios de eficiencia, solidaridad, sustentabilidad y calidad, a fin de asegurar a los habitantes una existencia digna e iguales derechos y oportunidades para acceder al trabajo, a los bienes y servicios: y a la propiedad de los medios de producción.

Art. 243.- Serán objetivos permanentes de la economía:

1. El desarrollo socialmente equitativo, regionalmente equilibrado, ambientalmente sustentable y democráticamente participativo.
2. La conservación de los equilibrios macroeconómicos, y un crecimiento suficiente y sostenido.
3. El incremento y la diversificación de la producción orientados a la oferta de bienes y servicios de calidad que satisfagan las necesidades del mercado interno.
4. La eliminación de la indigencia, la superación de la pobreza, la reducción del desempleo y subempleo; el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, y la distribución equitativa de la riqueza.
5. La participación competitiva y diversificada de la producción ecuatoriana en el mercado internacional.

Art. 244.- Dentro del sistema de economía social de mercado al Estado le corresponderá:

1. Garantizar el desarrollo de las actividades económicas, mediante un orden jurídico e instituciones que las promuevan, fomenten y generen confianza. Las actividades empresariales pública y privada recibirán el mismo tratamiento legal. Se garantizarán la inversión nacional y extranjera en iguales condiciones.
2. Formular, en forma descentralizada y participativa, planes y programas obligatorios para la inversión pública y referenciales para la privada.
3. Promover el desarrollo de actividades y mercados competitivos. Impulsar la libre competencia y sancionar, conforme a la ley, las prácticas monopólicas y otras que la impidan y distorsionen.
4. Vigilar que las actividades económicas cumplan con la ley y Regularlas y controlarlas en defensa del bien común. Se prohíbe el anatocismo en el sistema crediticio.
5. Crear infraestructura física, científica y tecnológica; y dotar de los servicios básicos para el desarrollo.
6. Empezar actividades económicas cuando lo requiera el interés general.

7. Explotar racionalmente los bienes de su dominio exclusivo, de manera directa o con la participación del sector privado.

8. Proteger los derechos de los consumidores, sancionar la información fraudulenta, la publicidad engañosa, la adulteración de los productos, la alteración de pesos y medidas, y el incumplimiento de las normas de calidad.

9. Mantener una política fiscal disciplinada; fomentar el ahorro y la inversión; incrementar y diversificar las exportaciones y cuidar que el endeudamiento público sea compatible con la capacidad de pago del país.

10. Incentivar el pleno empleo y el mejoramiento de los salarios reales, teniendo en cuenta el aumento de la productividad, y otorgar subsidios específicos a quienes los necesiten.

Art. 245.- La economía ecuatoriana se organizará y desenvolverá con la coexistencia y concurrencia de los sectores público y privado. Las empresas económicas, en cuanto a sus formas de propiedad y gestión, podrán ser privadas, públicas, mixtas y comunitarias o de autogestión. El Estado las reconocerá, garantizará y regulará.

Art. 246.- El Estado promoverá el desarrollo de empresas comunitarias o de autogestión, como cooperativas, talleres artesanales, juntas administradoras de agua potable y otras similares, cuya propiedad y gestión pertenezcan a la comunidad o a las personas que trabajan permanentemente en ellas, usan sus servicios o consumen sus productos. (Asamblea Constituyente, 2008)

La Constitución Política de Ecuador, en el título XII Del Sistema Económico, capítulo tres; Del régimen tributario (2008) menciona lo siguiente:

Art. 256.- El régimen tributario se regulará por los principios básicos de igualdad, proporcionalidad y generalidad. Los tributos, además de ser medios para la obtención de recursos presupuestarios, servirán como instrumento de política económica general.

Las leyes tributarias estimularán la inversión, la reinversión, el ahorro y su empleo para el desarrollo nacional. Procurarán una justa distribución de las

rentas y de la riqueza entre todos los habitantes del país. (Asamblea Constituyente, 2008)

La investigación se sustenta también en la actual Constitución de la República del Ecuador, expuesta en el Registro Oficial número 449, publicado el 20 de Octubre del 2008. Concretamente en el Capítulo cuarto, Sección Primera, Sistema económico y Política Económica menciona que:

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. (Asamblea Constituyente, 2008)

Por último, el presente estudio se fundamenta legalmente en el Art. 284 de la misma publicación, el cual expone que:

La política económica tendrá los siguientes objetivos:

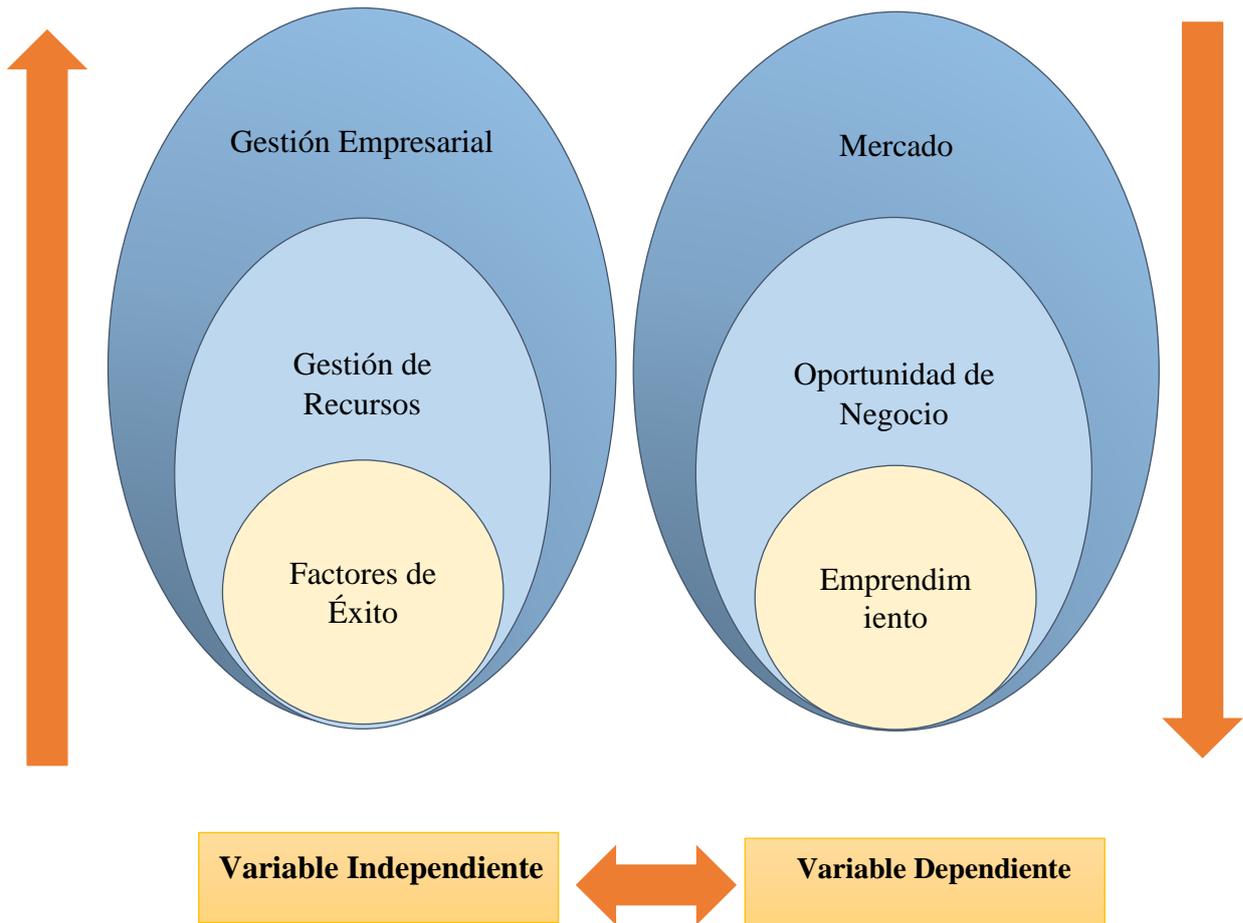
1. Asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional.
2. Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias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

2.4 Fundamentación Científico – Técnica

2.4.1 Categorías Fundamentales

2.4.1.1 Superordinación

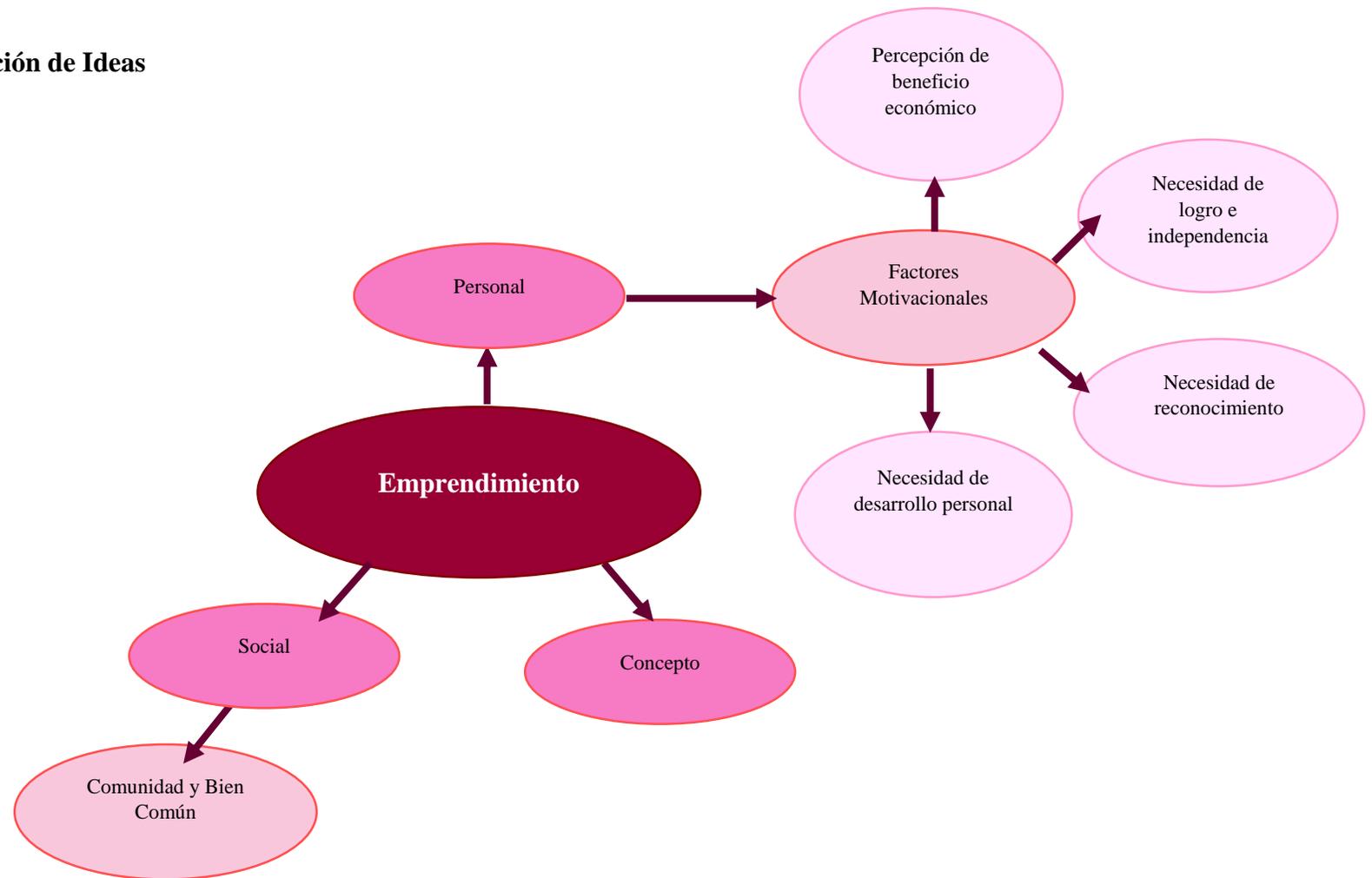
Gráfico 7. Superordinación conceptual



Fuente: Investigación

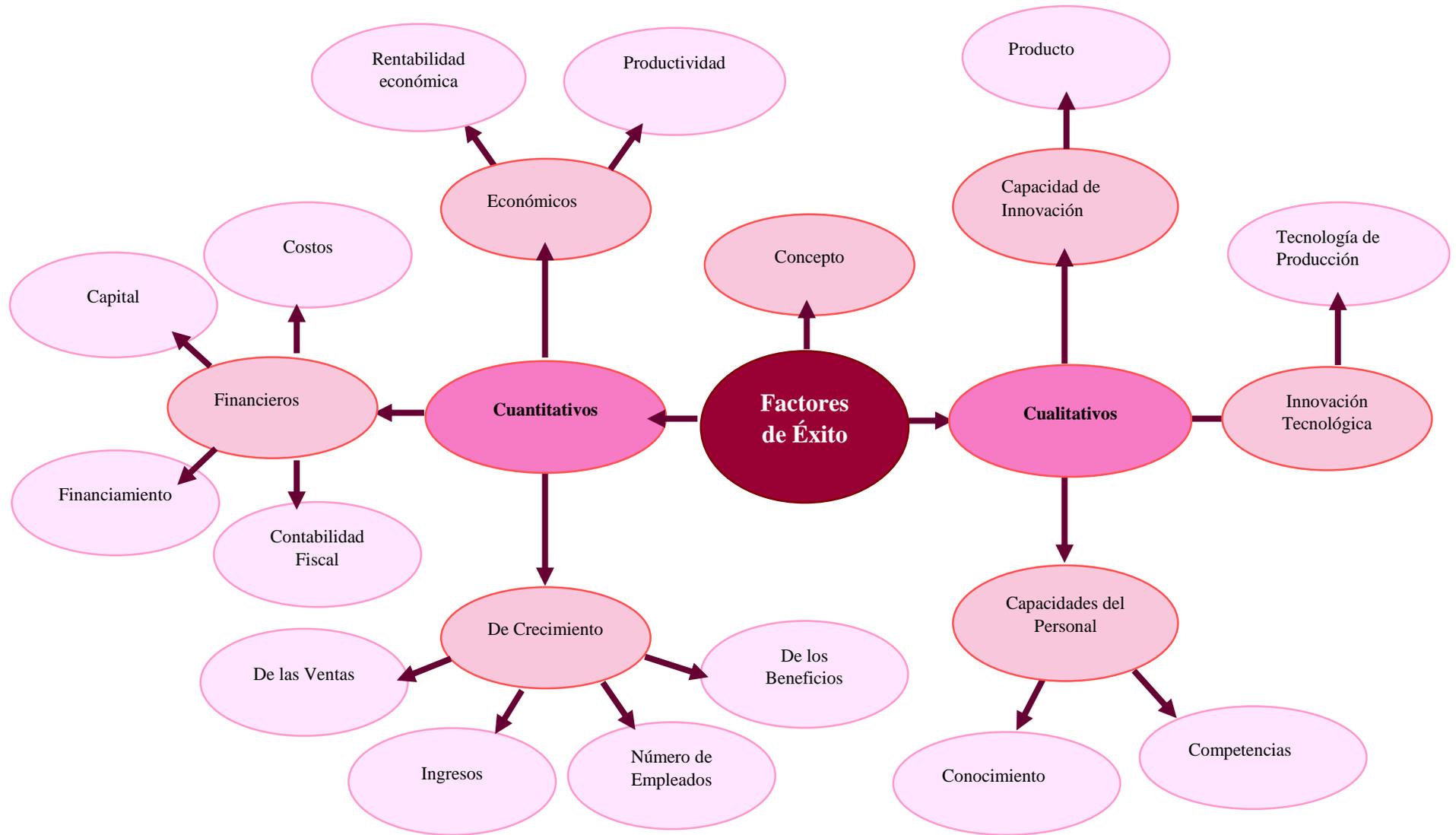
Elaborado por: Vallejo J. (2018)

2.4.1.2 Constelación de Ideas



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)



Fuente: Investigación
Elaborado por: Vallejo J. (2018)

2.4.1.3 Marco Conceptual de la Variable Independiente

Gestión Empresarial

De acuerdo a Ucha (2011), define a la gestión empresarial como “aquella actividad empresarial que a través de diferentes individuos especializados, como ser: directores institucionales, consultores, productores, gerentes, entre otros; y de acciones buscan mejorar la productividad y la competitividad de una empresa o de un negocio”

La gestión empresarial tiene sus bases en el proceso administrativos es decir en la planeación, organización dirección y control que le competen a la gerencia y depende mucho de cómo sea manejado éste para que la empresa marche bien pero sobretodo que sea viable económicamente.

Asimismo para Hernández H. (2011) menciona que “La Gestión empresarial se basará en la información más importante para la gestión de la empresa. Para existir y prosperar, toda organización tendrá que convertirse en un agente de cambio y tecnología será el principal agente para el cambio económico” (p.50) de esta manera es fácilmente adaptable al mercado y al desarrollo tecnológico que hoy en día se requiere para que las empresas sean competitivas.

“La gestión empresarial es una necesidad imperiosa en la economía moderna. Nada de remedios-tipo, sino proyectos de racionalización a todos los niveles de la organización, para aumentar la productividad y los beneficios de nuestras empresas”. Centro Europeo de Evolución Económica (citado por Rubio P., 2008, p 73)

Gestión de Recursos

Las empresas poseen algunos recursos entre ellos se encuentran los humanos, materiales, financieros y tecnológicos para Aragón & Rubio (2005) expresan que “la capacidad de la empresa para obtener éxito en los mercados depende de los recursos que posee y de la forma en que estos son gestionados” (p.41) es decir la idea no se queda solo en poseer los recursos sino conseguir un mejor rendimiento en la organización, de esta manera se mantiene un desempeño mayor al de los competidores.

Factores Críticos de Éxito

Los factores críticos de éxito, en términos de Scali & Tapia (2012) se definen como: “acontecimientos que son factibles de darse y pueden ser predecibles o no. Al ser

críticos y tener características cambiantes, podrían afectar a la rentabilidad y competitividad del negocio, con resultados negativos sobre el valor de la empresa” (p.98), las decisiones tomadas por administración pueden hacer que el negocio perciba un rumbo claro o a su vez lo puede exponer al fracaso.

De acuerdo al criterio de Villegas (2005) afirma que los factores críticos del éxito poseen tres ámbitos que son:

- El ambiente económico y socio-político que contiene a la empresa.
- El sector industrial en que se compete
- La empresa (a nivel de áreas administrativas formalmente constituidas, de funciones específicas de negocio y de individuos clave para el éxito de la estrategia).

Dichos ámbitos que han sido mencionados con anterioridad hacen hincapié en que dentro del espacio “emprendedor”, están incluidos los mismos es decir se conjugan y pertenecen a un todo ya que dentro de este intervienen decisiones políticas, económicas y de beneficio social, la competitividad empresarial y el tratar de ser vanguardista ante la situación de mercado y por último factores internos que ayudarán que la empresa prospere.

Factores de éxito cuantitativos

Para pensar en una dimensión cuantitativa para una investigación se debe tener en cuenta que esta metodología es de procesos “secuencial, deductivo, probatorio”, y para el mismo se debe poseer las variables a medir; después proceder con una herramienta de recolección que analizará mediante un método estadístico y finalmente se debe establecer conclusiones al respecto. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010)

Al analizar esta dimensión para los factores de éxito, debe ser lo más objetiva posible ya que se están utilizando cantidades y porcentajes proporcionando de esta manera resultados más certeros, que tratan de explicar fenómenos investigados para demostrar una teoría, a continuación se desglosan cada una de las variables cuantitativas.

Económicos

Desde el punto de vista de la economía existe una variedad de factores económicos que afectan tanto de manera macro como micro, se tiene así el nivel general de la

actividad económica al que afectan las dimensiones del mercado del país donde esté ubicada la empresa, se tiene también el grado de desarrollo de la región en donde se encuentra establecida la empresa, por lo general es mejor para la empresa establecerse en una región con alto desarrollo para que pueda mejorar sus condiciones. Así mismo otros factores como son: el grado de industrialización, los niveles salariales, la distribución de la riqueza a nivel nacional, la disponibilidad de materias primas, los tipos de interés, la competencia entre las empresas (Alonso, 2017).

Rentabilidad económica

De acuerdo a Porter (2008) las utilidades percibidas por las empresas se basan en un equilibrio entre oferta y demanda, es decir si los productos demandados son más que los ofertados se obtendrá gran rentabilidad por el contrario un desequilibrio en estas variables provocarán una disminución de la rentabilidad; es lógico pensar entonces que si se da una alteración afectará a la rentabilidad en el corto plazo, más no a largo plazo puesto que la estructura de la industria puede buscar igualar precios e incluso disminuirlos.

Vadillo (2011) conceptualiza a la rentabilidad económica de la siguiente manera: “Consiste en la maximización de generación del valor económico que representa las utilidades y que son el resultado final de las condiciones del ámbito macroeconómico y las estrategias de mercado acompañadas de la estrategia financiera” un emprendedor podrá percibir utilidades después de transcurrido un año de actividad y puede hacer un análisis comparativo de su situación con los años posteriores.

Productividad

En términos de Prieto (2014) la productividad “se logra cuando se cumplen los objetivos, se optimizan los recursos y se satisfacen las necesidades de los clientes” (p.21), dentro de una producción la única manera de medir su productividad es al analizarlo el total de la producción dividido entre sus insumos, es importante realizar estos cálculos para medir el logro en cuanto a optimizaciones y que no existan sobrantes.

Asimismo Gutiérrez (2010) menciona que la productividad posee dos factores que son eficiencia y eficacia midiendo así en el primero los resultados alcanzados y el segundo la optimización de recursos para alcanzar dicho resultado.

Financieros

Dentro del área financiera de una empresa esta variable juega un rol muy importante es por ello que para Vadillo (2011) “Una de las principales misiones del financiero exitoso consiste en lograr y conservar la estabilidad económica, fundamentalmente manteniendo el equilibrio de tres elementos que son a) liquidez, b) solidez, c) rentabilidad”; deben tener la capacidad para cubrir sus deudas en el corto como largo plazo a su vez teniendo utilidades considerables para que pueda sobrevivir sobretodo en sus años de nacimiento.

El concepto que propone Cabrejos (2003) expresa que “Las Finanzas de la empresa constituyen una disciplina que conceptualiza y analiza las motivaciones, el beneficio y el costo de las decisiones de inversión y de búsqueda de financiamiento que realizan las organizaciones con la finalidad de crear valor” (p.167). Interpretando este concepto, las finanzas en las empresas son multifuncionales, esto con el objetivo de que se puedan tomar las mejores decisiones, pero más aún nos permiten realizar un análisis para poder gestionar bien el factor dinero.

Costos

El saber definir los costos es una de las estrategias gerenciales que ayudan a planear y controlar las actividades de la empresa, para Zapata (2015) “el producto debe ser costado a fin de conocer cuál es el valor económico que tiene o la inversión requerida para tenerlo en el lugar y condiciones deseadas” así mismo el autor menciona que se puede costear “los procesos o fases por los cuales transita el producto, que son los que consumen recursos” (p.8).

Efectivamente, esto demuestra que se puede costear productos, procesos o actividades y partiendo de estos datos poder tomar decisiones trascendentales que se ajusten a la misión y visión de la empresa y que permitan ser competitivos; es evidente que la diferencia entre el ingreso y el costo nos dará la utilidad bruta.

Como asegurar un lote de producción sin desperdicios, pues para Vadillo (2011) afirma que “en realidad el fruto de un buen trabajo colectivo; quien cuida al cliente, la calidad, el producto, los procesos, cuida consecuentemente el costo” (p.53). Es decir cuidar costos para evitar desperdicios como lo referente a sobreproducción, errores que hacen desperdiciar recursos al corregirlos, cuando no creen indispensable utilizar

un método de control de inventario, los procesos en cuanto a reducir o eliminar desperdicios como por ejemplo ubicación de maquinaria, el stock que se invirtió y no generan ganancias sino pérdidas e incluso espacio de almacenamiento, tiempos improductivos entre otros y también uno de los principios de trabajo en equipo evitan un cuello de botella.

Capital

El término capital es sinónimo de activo, es decir, algo que se puede poseer, que es susceptible de derechos de propiedad. Por lo general en las grandes empresas el capital lo aportan los socios accionistas, pero en una empresa pequeña el capital es con el monto que se desea iniciar el negocio. Para Guajardo & Andrade (2008) el capital contable “representa el patrimonio de los accionistas, integrado por sus aportaciones más las utilidades generadas por el negocio y que no se hayan repartido en forma de dividendos”

Por otro lado el capital es utilizado para cubrir costes iniciales del negocio como son el punto donde se instale, para la adquisición de materias primas, gastos de constitución, maquinarias entre otros que sirven para comenzar la actividad.

Financiamiento

Los intermediarios financieros bancarios y no bancarios deben conocer la información financiera de una empresa que se encuentra solicitando un crédito, los proveedores también fungen como usuarios de estos datos, ya que gracias a ellos se tendrá la certeza sobre la capacidad de endeudamiento y pago de la empresa (Prieto, 2014).

Este entorno proveerá al emprendedor de seguridad en cuanto a las actividades de financiamiento que realice, sin embargo una de las principales funciones del administrador financiero es conocer cómo obtener el financiamiento adecuado para la empresa; pero lo más importante es saber administrar ese financiamiento y saber destinarlo, con esto se puede expresar que un financiamiento bien utilizado podría ser al adquirir un activo fijo que ayude a generar mayores beneficios para la empresa.

Contabilidad Fiscal

Con respecto al papel de esta herramienta tan importante de la empresa como es la contabilidad fiscal coincido con Guajardo & Andrade (2008) en qué el estado siempre

va a estar interesado en la información financiera de las empresas por más pequeñas que resulten para cuantificar el monto de las utilidades que perciben como producto de sus actividades y de esta manera determinar los impuestos que deben cancelar de acuerdo con la leyes tributarias vigentes en Ecuador.

Cuando hablamos de los micro emprendedores se entiende que estos pueden ser personas naturales que dependen de una actividad o personas jurídicas; lo que hay que indicar es que no todos declaran sus impuestos debido a que tienen diferentes clasificaciones como es una calificación artesanal o a su vez pertenecen a una de las categorías establecidas por el Servicio de Rentas Internas, como es el Régimen Impositivo Simplificado (RISE).

El hecho de poseer un negocio ve obligado al emprendedor a que lleve una contabilidad debido a que va a incurrir en costos, gastos, y va a tener un beneficio al final de su lote de producción; quizá muchos personas que están en la fase inicial solamente manejen esto de manera empírica, pero que resulta en llevar una contabilidad de costos o administrativa dicho en términos técnicos, de esta forma el emprendedor se beneficia de conocer la realidad de su emprendimiento y de esta manera puede ver si está teniendo una pérdida o ganancia.

A diferencia de los emprendedores, las empresas consolidadas utilizan estados financieros y se rigen bajo la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros de Ecuador, ya que tras finalizar el ejercicio de un año se debe presentar dichos requerimientos de ley con el fin de poder mostrar transparencia y aportar al crecimiento del país.

Como complemento, la contabilidad contempla el conjunto de anotaciones y cálculos que se llevan a diario en una empresa y su evolución económica, por lo general se espera siempre que haya crecimiento, de lo contrario se estaría generando pérdidas; informar de estas situaciones le compete a la gerencia para que pueda tomar decisiones económicas, administrativas y financieras (Rubio P., 2008)

De Crecimiento

Por lo general en las grandes empresas reinvierten sus beneficios con la finalidad de crecer y aumentar sus participación en el mercado, ello permite que alcance un tamaño óptimo para mejorar su posición en el mercado, los pequeños emprendedores crecen a

medida de sus ventas, la obtención de esa utilidad permite que los mismos puedan reinvertir en el negocio, ya sea en mejorar su producto, adquirir maquinaria, mejorar instalaciones entre otros (UTI, 2008)

La pequeña y mediana empresa contribuye a elevar el nivel de ingresos de la población, al crear un mecanismo de redistribución de la propiedad entre familiares y amigos que son quienes forjan una idea e inician una actividad industrial, comercial, o de servicios en pequeña escala. De esta manera, las pequeñas y medianas empresas son un mecanismo de captación de pequeños ahorros para hacerlos productivos, ahorros que de otra forma permanecerían ociosos (Rodríguez, 2006, p.6)

El tema de emprendimiento cubre brechas que las personas desconocen, ya que al iniciar una actividad se brinda apoyo a la sociedad, a un país que hacen que de manera significativa genere empleos; se dice que se puede realizar un análisis de crecimiento en una empresa que tenga datos históricos ya que ahí se podrá notar como han ido cambiando sus flujos de efectivo.

De las Ventas

Como lo afirma Prieto (2014) el nivel de ventas marcan la dimensión del negocio esto es define la capacidad de producción, el número de empleados necesarios y la cantidad que se puede percibir de utilidades. Según este autor las ventas tienen dos grandes áreas que son las de apoyo y de operación y estas deben tener una relación ya que la primera <<orienta la función de las ventas>> y la segunda <<realiza la venta>>.

A nivel emprendedor, resulta difícil introducir su producto al mercado, debido a que existe mucha competitividad más aun cuando hay grandes empresas bien posicionadas, es por ello que el primer y segundo año existe crecimiento en ventas; este tiempo está considerado para que el productor cree impacto y genere expectativa de su producto en el cliente.

Ingresos

Es necesario mencionar que los ingresos son un incremento de los recursos económicos provenientes de la actividad económica que se realiza, la idea de Fierro (2011) expresa que el punto principal de los ingresos es que estos puedan cubrir los

costos en los que se incurre para una producción, lo segundo más importante el poder cubrir los gastos, y lo tercero que genere una rentabilidad y así cumplir con el objeto para el que fue creado el negocio.

Número de empleados

La mano de obra ha cobrado gran importancia pese que en años de industrialización las maquinas fueron el fuerte principal; pero sin mano de obra no hay producción; sobre todo en aquellos negocios que están iniciando y que la persona cumple diferentes roles desde administrador hasta ser la persona que se encarga de la entrega del producto. Es por ello que para Prieto (2014) “el recurso humano se define como el conjunto de personas que integran la organización y prestan sus servicios a ésta, a cambio de un sueldo”(p.117).Para la Comunidad Andina de Naciones, (citado por INEC, 2016) menciona que en la microempresa el personal va entre 1 y 9 trabajadores.

De los beneficios

Toda empresa existe si obtiene beneficios de lo contrario ésta pierde su capacidad para crecer y desarrollarse, la realidad es que debe competir con empresas que elaboran productos similares es por ello que una organización debe gestionar sus recursos tanto disponibles como obtenibles buscando el óptimo equilibrio de los mismos (Rubio P., 2008)

Por otro lado para la UTI (2008) se entiende por beneficio “la diferencia entre los ingresos y los gastos. Es el objetivo más importante, pues de ello depende la supervivencia de la empresa” (p.13) si la empresa no obtiene beneficios no tendría razón de ser y de pronto si no se puede recuperar llegue a obtener pérdidas que a la larga van a terminar con el cierre del negocio.

Factores de éxito Cualitativos

En la idea de Villegas (2005) afirma que:

Los factores críticos se priorizan con base en la idea de «éxito». El análisis de rentabilidad aporta valiosos elementos a la evaluación de los factores críticos a nivel industrial. Sin embargo, cuando se están evaluando factores a nivel de la empresa, debe tenerse en cuenta los objetivos **corporativos** no económicos, el ambiente competitivo, el tamaño de la empresa, la estrategia particular y el

estilo gerencial que determinan cuándo y con qué grado de importancia impacta un factor crítico de éxito. (p.18)

Por su parte para (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010) “las investigaciones cualitativas no siguen un proceso claramente definido, estas se basan en una lógica y proceso inductivo (explora y describe, y luego genera perspectivas teóricas)” (p. 9).

Como se puede apreciar esta dimensión va de lo particular a lo general ya que se generan durante el proceso y van determinándose con más claridad mientras se obtenga mayor información, este estudio no es de carácter estadístico ya que sus planteamientos no son tan específicos como en el enfoque cuantitativo.

Capacidad de Innovación

De manera cotidiana nos enfrentamos a diferentes cambios tanto en la vida personal como en el mundo empresarial a estos cambios se los ha designado como “innovación” que para Prieto (2014) constituye: “el motor de desarrollo que no solamente abarca desarrollo tecnológico, sino también la creación de nuevos procesos, el descubrimiento de recursos, la explotación de nuevos mercados y la forma en que las empresas se organizan y hacen negocios” (p. 182)

Con el concepto anteriormente citado se puede notar que si una empresa no tiene la capacidad de innovar su producto o servicio, acarreará a que se produzca un declive, puesto que la competencia puede desarrollar aptitudes innovadoras y mejorar el producto que la empresa se encuentra ofertando en el mercado; de esta manera la empresa no visionaria se queda estancada, mientras que aquella innovadora puede estar generando ya mayores utilidades ya que logró satisfacer nuevas necesidades canalizando impulsos creativos para que den un resultado útil. (Robbins & De Cenzo, 1996)

Asimismo cualquier cambio que se produzca en el producto ya sea diseño, presentación, color, olor, tamaño o empaque por más insignificante que parezca ya da origen a un nuevo producto y este a su vez puede estar destinado ya a otro mercado (Schnarch, 2005). Desde otro punto de vista este autor menciona a la innovación como una condición para la supervivencia y hacer crecer el negocio; que posee dos etapas a) la creativa correspondiente a la generación de la idea y b) la ejecutiva que transforma la idea en el producto o realidad en la economía.

Producto

Tomando como referencia la conceptualización de Prieto (2014) en donde expresa que un producto se define como: “un conjunto de atributos, expectativas o beneficios que el productor busca satisfacer a partir de las necesidades identificadas” (p.87) muchas personas centran esa ideología de producto, pues bien el momento en que se está fabricando existan requisitos que aún faltan por gestionar como es un permiso sanitario, la creación de una marca, un etiquetado entre otros, un factor limitante aquí para un emprendedor es la parte económica.

De la misma manera un producto puede poseer los atributos ya antes mencionados; pero lo que no puede interpretar el productor es lo que “desea” el consumidor, es ahí que surgen modificaciones, a su vez se va creando nuevas líneas de productos todo ello con la finalidad de satisfacer nuevas necesidades, de esta manera se apunta al blanco que se ha identificado.

Es así que para Schnarch (2005) menciona un concepto de producto desde el punto de vista de la empresa “los nuevos productos son aquellos que son diferentes para la compañía y pueden incluir grandes modificaciones del existente, replicas de los copetidores, adquisiciones o productos verdaderamente originales e innovadores” (p. 58). Este concepto definitivamente abara a un emprendedor motivado que piensa en superación, ama lo que hace y está dispuesto a crear nuevos productos, innovar los existentes y siempre busca una mejora continua para que su producto no seda ante el cotidianismo.

Innovación Tecnológica

La idea de Schnarch(2005), sobre innovación tecnológica expresa que “La producción de tecnología dejó de ser algo aleatorio y librado a circunstancias fortuitas, para pasar a ser un esfuerzo organizado denominado investigación y desarrollo , cuya meta es precisamente la creación, programación y aplicación de conocimientos científicos”(p.42)

Así mismo para Prieto (2014) menciona que: “al integrar la tecnología permite minimizar los riesgos, pues permite establecer un monitoreo y tener un manejo más eficiente de los recursos”(p.159) de esta manera se pretende elevar la competitividad

para tomar decisiones inteligentes enfocadas a las necesidades reales de la organización.

Tecnología de producción

Prieto (2014), considera que:

“El desarrollo y adopción de tecnologías no es un gasto, es una inversión; recuperar la inversión dependerá de la eficiencia en el uso de la tecnología, lo cual generalmente no es en un corto plazo, pero resulta determinante invertir para mantener la vida de la organización.”

Entender este tipo de realidades en las empresas hoy en día no es nada difícil debido a que las grandes compañías a nivel internacional han crecido y desarrollado gracias a su innovación tecnológica, para un pequeño emprendedor tal vez este no sea un requerimiento indispensable, puesto que depende mucho de la actividad que realice, es decir un artesano trabaja con sus manos; pero no se encuentra exento de utilizar tecnología en cuanto al diseño de su identidad corporativa; para otros emprendedores la maquinaria en su producción es indispensable para poder fabricar el producto y ahorrar tiempo y recursos.

Capacidades del personal

Ciertamente, en el mundo moderno, el personal adquiere especial relevancia ya que es un punto clave en la generación de resultados para la organización, tal como lo afirma Vadillo (2011) el personal debe encontrarse capacitado en el papel que va a desempeñar de esta forma crea oportunidades de crecimiento, el empresario confía en el personal que posee y empieza a crear un ambiente de automotivación, la participación del talento, creatividad y así fomentar sinergias.

Conocimiento

Para tener éxito en el emprendimiento no basta con tener una buena idea, de pronto esa idea es buena personalmente y de pronto es mala a los ojos del entorno Vadillo (2011) expresa que “capacitarse significa adquirir primero las habilidades necesarias para desempeñar el puesto, significa también, aprender lo necesario no solo para ser exitoso en el puesto, sino para poder desempeñar funciones de otros como filosofía y practica para el desarrollo personal y de la organización” (p. 74). El emprendedor debe

poseer el conocimiento en diferentes aspectos: contables, de marketing, legales, administrativos el mismo debe capacitarse constante mente y actualizarse para poder enfrentar cualquier reto.

Competencias

Para un mundo que es altamente competitivo el emprendedor debe prestar atención a las capacidades y actitudes que debe poseer para generar un espacio de negocio ya que el conocimiento de sí mismo le permitirá llegar a un autocontrol y ser un buen líder, de esta manera podrá mover las piezas de juego hacia la meta propuesta, sin embargo no todas las empresas sobreviven se debe a que la persona al mando no genera nuevas ideas para ello interviene la creatividad e innovación

De acuerdo a Luna (2016) el emprendedor debe desarrollar tres capacidades indispensables: a) las de liderazgo personal, b) las habilidades interpersonales , c) las de negocio; las primeras hacen referencia a la capacidad de responder a las situaciones con el estado de ánimo y emociones apropiadas, a la integridad, disciplina y creatividad; las segundas propone reconocer las cualidades del otro, el saber escuchar y transmitir ideas e incluso recursos de manera oportuna y las terceras se enfoca netamente que incluye visión estratégica, negociación, gestión de recursos.

2.4.1.4 Marco Conceptual de la Variable Dependiente

Mercado

Los mercados resultan atractivos cuando existe crecimiento en las ventas, estabilidad o rentabilidad, es por ello que para Schnarch (2015) existen algunas posibilidades como estrategias para un mercado que son penetración del mercado, desarrollo del producto y desarrollo del mercado.

Penetración del mercado: la empresa trata de elevar sus ventas mediante una mayor explotación del mercado actual y con los mismos productos.

Desarrollo del producto: es decir, nuevos productos para los mercados existentes a fin de satisfacer las necesidades y deseos cambiantes de los clientes, enfrentar nuevas ofertas de la competencia o aprovechar una nueva tecnología.

Desarrollo del mercado: es un esfuerzo para llevar los productos actuales a nuevos mercados; esto puede hacerse mediante la identificación de nuevos usos, nuevos mercados geográficos o nuevos canales de distribución

Para un adecuado posicionamiento en el mercado las empresas hoy en día deben definir bien cuáles son sus objetivos y políticas para que estos vayan orientados a los diferentes departamentos de empresa como es producción, marketing, investigación y desarrollo.

El mismo autor menciona que el éxito comercial depende del mercado ya que ahí se encuentra la oportunidad, pero hay que analizar qué es lo que motiva al comprador; de pronto puede ser el precio o la capacidad para satisfacer la necesidad, para ello se toma en cuenta la “prueba de mercado” evitando así que los productos fracasen, al realizar esta prueba se puede medir cuanto aprecia el cliente las características del producto.

Oportunidad de Negocio

La oportunidad de negocio entra en el momento en que se explotan las ineficiencias de mercado y el individuo puede ganarlo si reconoce la oportunidad existente, para ello debe tener la información necesaria que le brinda un estudio de mercado, relación con proveedores, técnicas de ventas, y la detección de las necesidades del cliente si no se conoce nada de esto estamos hablando de la idea de negocio. A menudo las personas poseen varias ideas pero éstas mueren cuando entran en contacto con la realidad ya que lo más probable es que no sobrevivan. De acuerdo a Kerfant (2017) para la oportunidad de negocio hay tres ejes:

- Un mercado potencial suficiente.
- Una viabilidad técnica y económica demostrable.
- Un equipo promotor capacitado.

El mismo autor menciona que hay ideas de negocio que nacen como oportunidades desde el principio, porque no proceden de la experiencia personal de un individuo, sino de la observación de un problema común a un colectivo. Si la idea es factible y económica, entonces la oportunidad se da.

Emprendimiento

Es necesario tener presente el término emprender el mismo que proviene de las locuciones latinas in (en) y prendere (coger) significando acometer o llevar a cabo, dicho de esta manera el emprendedor es la persona que lleva inicia un negocio, lo organiza, busca financiamiento, mide la probabilidad de oportunidad y de riesgo que presenta y es un agente de cambio social. (Silva, 2008)

El emprendimiento se reviste de importancia al vincularlo con el crecimiento económico, es por ello que los gobiernos centran sus esfuerzos en apoyar estas iniciativas, proponen programas, ayudan con capital semilla entre otros. La actividad emprendedora aprovecha la oportunidad y sugiere predominio sobre los recursos. (Maldonado, Lara, & Maya, 2018)

Dimensión Personal

Es necesario tomar como referencia una dimensión personal para lo concerniente a la palabra “emprendimiento” puesto que este enfoque analiza más las características de la persona como es: poseer un alto grado de confianza en si mismo, interpretar oportunidades, al alcanzar objetivos analiza el mejor empleo de recursos y además de ello asume los riesgos inherentes al negocio.(Alcaraz, 2011)

En esta dimensión la persona que tiene la idea de negocio, se cuestiona el por que esta decidiendo emprender, analiza cuales son los motivos que lo llevarán a emprender, las ventajas o desventajas y cuál es la clave para emprender con éxito.

Factores Motivacionales

Continuando con los factores motivacionales como parte de la administración de recursos humanos, las estrategias motivaciones que se han venido suscitando a lo largo de los años tales como: mejorar las relaciones laborales, aumentar incentivos salariales y establecer condiciones adecuadas de trabajo, solo actúan previniendo insatisfacción un verdadero trabajo enriquecedor depende de la habilidad de los administradores al equilibrar características y requerimientos del puesto de trabajo, capacidades, habilidades y necesidades de crecimiento del individuo.(Manso, 2002)

Las motivaciones determinan el comportamiento de los humanos ya que normalmente las personas se comportan de determinada manera para obtener satisfacción, es decir

las conductas son motivadas (Riveros, 2015). Cada persona se motiva de manera distinta y es necesario conocer sus fuerzas de motivación para saber qué es lo que quiere lograr y hasta donde pretende llegar; de pronto en el caso de un emprendedor su mayor fuerza sea su familia y brindar una mejor calidad de vida a la misma lo que hace que se comporte con un espíritu emprendedor y pueda forjar un negocio.

Percepción de beneficio económico

Dentro de las teorías de la motivación se considerará a Taylor (citado por Rubio P., 2008) el cual menciona que:

El esfuerzo y retribución económicos a los trabajadores deben estar debidamente compensados, es decir, lo primero que motiva a los trabajadores es la oportunidad de ganar lo más posible. Es por ello que el gestor debe diseñar y coordinar el trabajo de tal forma que ofrezca la posibilidad a los trabajadores de incrementar sus ingresos en función del esfuerzo requerido. Los índices de productividad y los resultados e incentivos financieros son directamente proporcionales. (p.139)

Las empresas sin importar su tamaño el momento que generan un beneficio económico para el inversor de esfuerzo y tiempo, ya está generando responsabilidad social ya que está cumpliendo con cubrir las necesidades que tiene la misma, además de ello lo está haciendo valer como persona y reconoce su trabajo.

Necesidad de Logro e Independencia

La idea de McClelland et al. (citada por Reeve, 2010) dice que la necesidad de logro “es el deseo de tener un buen desempeño en cuanto a un estándar de excelencia” (p. 130) entendiéndose como estándar de excelencia a cualquier desafío al sentido de competencia de la persona que finaliza con un resultado de éxito frente al fracaso, de victoria frente a la pérdida o de acierto frente al error.

El emprendedor es una persona con elevados empeños de logro, para ello destina esfuerzos y recursos y así consigue lo que desea, supera obstáculos y hace frente a las necesidades económica que tanto aquejan a la sociedad. Como el resultado de la meta alcanzada el emprendedor logra ser independiente y valerse por sí mismo, en lugar de ser empleado; puede generar fuentes de empleo, atendiendo así al sectores vulnerable

y motivando a otras personas a que después de ser persistente en lo que uno desea se puede alcanzar los objetivos planteados.

Necesidad de Reconocimiento

El emprendedor dentro de su realidad es una persona centrada que ha llegado a creer en sí mismo y en las capacidades que posee, para Rubio P., (2008) este individuo “tiene que saber planificar su tiempo y saber combinar perfectamente sus recursos tanto físicos como intelectuales para conseguir los resultados previstos” (p.20). Interpretando esta idea al tener un punto de equilibrio entre cuerpo y mente el emprendedor se siente en la capacidad de definir lo que quiere y así tener la creencia de que somos validos en esta sociedad teniendo una idea que no solo genere el beneficio propio sino también el común.

Necesidad de Desarrollo Personal

La Constitución del Ecuador, expuesta en el Registro Oficial número 449, publicado el 20 de Octubre del 2008. Concretamente en el título II “Derechos”, Sección octava: Trabajo y Seguridad Social, artículo 33, el cual expresa lo siguiente:

El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado. (Asamblea Constituyente, 2008)

Toda persona a lo largo de los años sufre un proceso de transformación para llegar a la superación personal, un emprendedor sobre todo por el hecho de querer brindar un nuevo producto, adopta nuevas ideas y pensamientos que permiten generar nuevos comportamientos y actitudes sobretodo motivacionales y de liderazgo ya que desea mejorar la calidad de vida propia y la de su entorno, es por ello que el derecho a su trabajo es irrefutable.

Dimensión Social

Con respecto al papel de las empresas, se dice que debe asumir un compromiso de responsabilidad con la comunidad, contribuyendo así al desarrollo. UTI (2008) considera que “Las empresas proporcionan los ingresos necesarios para vivir, bien a

través de los salarios que pagan a sus empleados o de los beneficios que obtienen sus propietarios.” al hablar de este nivel social, nos damos cuenta que se benefician ambas partes, tanto el empleador como el empleado, ya que tienen un sustento para poder vivir fruto del esfuerzo realizado en las actividades de la empresa.

Por otro lado el rol de la pequeña y mediana empresa es que incorpora la fuerza de trabajo e impulsa un rango social distinto ya que atiende al sector de desocupados y semi desocupados, en la actualidad debido a la crisis el desempleo se ha propagado en las distintas provincias del país, por ello es importante el papel de las PyMes ya que ayudan a la sociedad y contribuyen a mejorar las condiciones de un país. (Rodríguez, 2006).

Comunidad y Bien Común

La responsabilidad social es un tema que toma fuerza en los últimos años en Ecuador, más empresas se sienten comprometidas a aportar con su granito de arena y en algo poder mejorar las condiciones de vida de los más vulnerables, el 73% de las empresas colaboran con estas prácticas. (Ekos, 2009)

Las corporaciones con estas iniciativas buscan ser más responsables con su entorno, ganar eficiencia y consolidar su marca, a todo esto se suma la interrelación empresarial que por medio de medios digitales son inmediatos y marcan un nuevo entorno que conecta con clientes proveedores y competidores, a más de ello en la actualidad se miden parámetros de felicidad que busca una realización personal del ser en su medio de trabajo (LÍDERES, 2018).

Eso es lo que sucede con las empresas consolidadas, en los emprendedores nuevos apoyar a la comunidad consiste en contratar personal, cuando el producto que generó está pensado específicamente para beneficios de salud, o simplemente en el momento que genera aportes valiosos en su localidad y a la provincia, o en el momento en que el trabajo de un artesano es reconocido a nivel internacional. Cuando una persona decide servir a la comunidad origina cambios, produce oportunidades de trabajo y sirve como modelos para poder inspirar a más emprendedores.

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1 Enfoque de la Investigación

A lo largo de la investigación se ha considerado el enfoque epistemológico ya que este basa sus aplicaciones en el conocimiento, se aplicará el enfoque mixto ya que es una investigación de carácter cualitativo y cuantitativo debido a que ambos llevan a cabo la observación y evalúan los fenómenos, establecen ideas a partir de la observación es decir describe, comprende e interpreta los fenómenos.

Hernández, Fernández, & Baptista, (2010) expresan al respecto que la investigación cuantitativa “ofrece posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, otorga control sobre los fenómenos así como un punto de vista de conteo” y que la investigación cualitativa “proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas.” (p. 17)

3.2 Modalidad de la Investigación

Investigación de Campo

El presente trabajo utiliza la modalidad investigativa de campo dado que el investigador analiza la realidad del caso, para ello se tendrá que trasladar al lugar de los hechos a recolectar la información requerida. Considerando así el pensamiento de Zorrilla et al. (2000) señala que “esta técnica tiene la finalidad de recoger y registrar de forma ordenada los datos relativos al tema escogido como objeto de estudio” (p.32) resultando así un proceso sistemático de análisis de información.

Investigación documental – bibliográfica

La investigación para su estudio tiene base en fuentes bibliográficas primarias y secundarias con el fin de poder desarrollar habilidades, destrezas y actitudes necesarias para poder construir conocimiento a través de la recolección de la información. A partir del uso de documentos tales como artículos científicos, enciclopedias, libros, documentos oficiales de instituciones públicas la información tiene coherencia y servirá para su recolección selección y análisis.

3.3 Nivel de la Investigación

Para Hernández, Fernández, & Bautista (2010) define al alcance explicativo como aquel estudio que va más allá del análisis de conceptos o relaciones entre éstos; aquí se pueden estudiar las causas del problema tanto eventos físicos como sociales. Su interés se centra en explicar que ocurre con un fenómeno, en qué condiciones aparece y que otro tipo de variables puede relacionar.

3.4 Población y Muestra

3.4.1 Población

La población representa el total de personas que serán parte de la investigación de cuya gestión de sus factores será obtenida la información y a la vez servirá para que a futuro se puedan emitir conclusiones validas sobre el tema investigado.

La población se encuentra conformada por las micro empresas de los emprendedores de la provincia de Tungurahua vinculadas a CorpoAmbato en el año 2017, bajo una base de datos que mantiene la agencia de desarrollo se ha podido distinguir que son 114 divididos en las siguientes categorías:

Tabla 3. Frecuencia de Categorías del Total de Emprendedores

CATEGORÍA	NÚMERO DE EMPRENDIMIENTOS POR CATEGORÍAS	%
ALIMENTOS	55	48%
ARTESANÍAS	18	16%
BEBIDAS	5	4%
CONFECCIONES	5	4%
COSMÉTICA	8	7%
CUERO Y CALZADO	8	7%
DECORACIÓN	4	4%
LIMPIEZA	2	2%
MANUALIDADES	2	2%
MOBILIARIO	1	1%
SALUD Y BIENESTAR	4	4%
SERVICIO DE ENTREGAS	1	1%
TURISMO COMUNITARIO	1	1%
TOTAL	114	100%

Fuente: Agencia de Desarrollo CorpoAmbato.

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 8. División de categorías del total de emprendimientos



Fuente: Agencia de Desarrollo CorpoAmbato.

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Para seleccionar el tamaño de la muestra en la investigación no se ha calculado mediante una fórmula, por la condición de los emprendimientos se ha decidido seleccionar criterios de inclusión y exclusión:

Inclusión

- Personas que se encuentren trabajando de forma conjunta en los eventos de la corporación tales como ferias, eventos de promoción comercial.
- Personas que asisten a las capacitaciones organizadas y gestionadas por la corporación.
- Personas que se encuentran asistiendo a la institución para recibir apoyo y asistencia técnica con continuidad.

Exclusión

- Personas cuyos emprendimientos no superen los seis meses de vida en el mercado y en la corporación.
- Personas que han dejado de comercializar sus productos y ya no se encuentran vinculados con la corporación.
- Personas que tengan una producción esporádica.

3.4.2 Muestra

Una vez analizados los criterios de inclusión y de exclusión se considera un total de 70 micro emprendimientos que cumplen los requisitos antes mencionados, se presenta los porcentajes seleccionados de cada categoría:

Tabla 4. Clasificación de Emprendimientos

CATEGORÍA	# TOTAL DE EMPRENDIMIENTOS	%	SELECCIONADOS	% SELECCIONADOS	NO SELECCIONADOS	% NO SELECCIONADOS
ALIMENTOS	55	48%	33	29%	22	19%
ARTESANÍAS	18	16%	12	11%	6	5%
BEBIDAS	5	4%	3	3%	2	2%
CONFECCIONES	5	4%	3	3%	2	2%
COSMÉTICA	8	7%	7	6%	1	1%
CUERO Y CALZADO	8	7%	3	3%	5	4%
DECORACIÓN	4	4%	3	3%	1	1%
LIMPIEZA	2	2%	0	0%	2	2%
MANUALIDADES	2	2%	2	2%	0	0%
MOBILIARIO	1	1%	0	0%	1	1%
SALUD Y BIENESTAR	4	4%	4	4%	0	0%
SERVICIO DE ENTREGAS	1	1%	0	0%	1	1%
TURISMO COMUNITARIO	1	1%	0	0%	1	1%
TOTAL	114	100%	70	61%	44	39%

Fuente: Agencia de Desarrollo CorpoAmbato.

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

La tabla anterior muestra que del total de 114 emprendedores se selecciona el 61% correspondientes únicamente a las categorías de alimentos, artesanías, bebidas, confecciones, cosmética, cuero y calzado, decoración, manualidades y salud y bienestar que se detallan a continuación:

Tabla 5. Micro emprendimientos seleccionados para investigación

	NOMBRE DE LA EMPRESA	CATEGORÍA
1	AGAVEC'S MIEL DE AGAVE	ALIMENTOS
2	AGROFRUIT-PURAFRUTA	ALIMENTOS
3	ALAJA CHOCOLATE	ALIMENTOS
4	AMBAMIEL	SALUD Y BIENESTAR
5	AQUA LIVE FLOR DE JAMAICA	BEBIDAS
6	ARTE EN HIERRO FORJADO ESCOBAR	DECORACIÓN
7	ARTE FIORI	ARTESANÍAS
8	ARTE JVS	ARTESANÍAS
9	ASO.ART "MAKI"	ARTESANÍAS
10	ASOPROCAMOR	ALIMENTOS
11	BANCHETTO'S	ALIMENTOS
12	BRAVADO	ALIMENTOS
13	CAFÉ ORGÁNICO DE HIGO	ALIMENTOS
14	CASITAS DE MADERA	ARTESANÍAS
15	CERVEZA MONTALVINA	BEBIDAS
16	CHOCO CUY	ALIMENTOS
17	CHOCOLATE DE LA ABUELA MAGDA	ALIMENTOS
18	CIPRIANO	ALIMENTOS
19	CONTROL NÚMÉRICO	ARTESANÍAS
20	DALEO GELATERIA	ALIMENTOS
21	DONDE LA CHÍO	ALIMENTOS
22	DULCE CANÉ	ALIMENTOS
23	DULCES DE CASA "MUMU "	ALIMENTOS
24	ECOVIE	ALIMENTOS
25	ELIZARTE	ARTESANÍAS
26	EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO	ALIMENTOS
27	ESENCIAS NATURALES MAUS	SALUD Y BIENESTAR
28	FER BIOCOSMÉTICA	COSMÉTICA
29	GEL-ARTE	ALIMENTOS
30	GIN CUERO	CUERO Y CALZADO
31	GUAYÁ	ALIMENTOS
32	HAPPY DONKEY HOUSE	ALIMENTOS
33	HEALTHY JUICE	ALIMENTOS
34	HECHO EN CASA	ALIMENTOS
35	HOMUU DELIVERY	ALIMENTOS
36	HUIKUNDO S.A.	SALUD Y BIENESTAR
37	ILLIKA COSMÉTICA NATURAL	COSMÉTICA
38	IMAGEN A DECORACIÓN	ARTESANÍAS
39	INFFRUT DESHIDRATADOS	ALIMENTOS
40	K'FABA	ALIMENTOS
41	KÁMES	COSMÉTICA
42	KANANI	COSMÉTICA

43	LA CHOCOLATERA AMBATEÑA	ALIMENTOS
44	LA NOBLEZA	ALIMENTOS
45	LA PARAJA PINTA	ARTESANÍAS
46	LE JARDIN	DECORACIÓN
47	MAMA TUNGURAHUA	COSMÉTICA
48	MANARI	ALIMENTOS
49	MANIS CREACIONES	MANUALIDADES
50	MASATI	CONFECCIONES
51	MIZCHENMIZK	ALIMENTOS
52	MOXA	SALUD Y BIENESTAR
53	MUNDI ARTE	ARTESANÍAS
54	NANTU	CONFECCIONES
55	NATURAL 100%	COSMÉTICA
56	ORQUÍDEAS Y JARDINES	DECORACIÓN
57	Q' CUEROS	CUERO Y CALZADO
58	QUIGUALAC PRODUCTOS DEL PÁRAMO	ALIMENTOS
59	RAFAELA TEJIDOS	MANUALIDADES
60	REIZBELL	COSMÉTICA
61	RIKOLATTE	ALIMENTOS
62	RUNA MAKI	ARTESANÍAS
63	SCAMBRY	ALIMENTOS
64	SIMONITA	ALIMENTOS
65	SUBLI AMBATO	CONFECCIONES
66	ARTE EN BRONCE "TALOS"	ARTESANÍAS
67	TURRONES DON GOYO	ALIMENTOS
68	USHUNTA ZAPATOS	CUERO Y CALZADO
69	VERUKARTE SERES MÁGICOS	ARTESANÍAS
70	VINOS CAMELIER	BEBIDAS

Fuente: Agencia de Desarrollo CorpoAmbato.

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 9. División de categorías de emprendimientos seleccionados



Fuente: Agencia de Desarrollo CorpoAmbato.

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

3.5 Operacionalización de las Variables

3.5.1 Variable dependiente: “Emprendimiento”

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas / Instrumentos
Es la puesta en marcha a un proyecto de carácter personal que genera beneficios económicos, y al desarrollarse tiene impacto social.	1. Personal	Factores Motivacionales *Necesidad de logro e independencia *Necesidad de reconocimiento *Necesidad de desarrollo personal * Percepción de beneficio económico	Al momento de crear su emprendimiento ¿cuál fue el motivo personal que lo impulsó? a) Necesidad de logro y superación b) Necesidad económica c) Necesidad de independencia Cree Ud. que una persona al reconocer sus virtudes, capacidad para avanzar y creer en lo que hace, puede emprender? He logrado las metas que establecí como objetivo anual? Los beneficios económicos que percibe de su emprendimiento han ayudado a mejorar las condiciones de vida actual?	Encuesta dirigido al propietario - gerente del emprendimiento apoyado por CorpoAmbato
	2. Social	Comunidad y bien común	¿En que beneficia su emprendimiento a la sociedad?	

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

3.5.2 Variable Independiente: “Factores Claves de Éxito”

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas / Instrumentos
<p>Son componentes determinantes de carácter cualitativo o cuantitativo del negocio, que manejándolos de manera adecuada permitirá el desarrollo y crecimiento de la organización, asegurando así un desempeño exitoso para empresa.</p>	<p>1. Cuantitativos</p>	<p>Económicos *Rentabilidad económica *Productividad</p> <p>Financiero/ Contable * Costos * Capital *Financiamiento *Contabilidad Fiscal</p> <p>De Crecimiento * De las Ventas * Ingresos *Número de empleados *De los beneficios</p>	<ul style="list-style-type: none"> •¿En qué medida considera que su empresa es rentable? •¿Qué recurso es el que generó mayor productividad? •¿Cuál es el costo de producción de su producto estrella? •El capital con el que desenvuelve su negocio es: propio, proveedores, financiado, aportes familiares? •Para el crecimiento de su micro emprendimiento ha tenido acceso a fuentes de financiamiento? A qué ha sido destinado ese financiamiento: activos (maquinaria), pasivos (deudas)? Su emprendimiento lleva contabilidad como base para los impuestos? •Al hacer un análisis comparativo del transcurso de vida de su emprendimiento en que porcentaje han aumentado las ventas? •¿Cuál fue su ingreso mensual promedio? •¿Cuál es el destino de los ingresos percibidos ? <ul style="list-style-type: none"> a) Los re-invierte en el negocio b) Consumo c) Capital de trabajo c) Inversión a plazo fijo •¿Cuál es el número de trabajadores con el que cuenta su emprendimiento? •¿Considera que el negocio generó los beneficios esperados? 	<p>Encuesta dirigido al propietario - gerente del emprendimiento apoyado por CorpoAmbato</p>

	2. Cualitativos	<p>Capacidad de Innovación *Producto</p> <p>Tecnología *Tecnología de producción</p> <p>Capacidades del personal *Nivel de Conocimiento *Competencias</p>	<ul style="list-style-type: none"> •¿Qué mejoras cree que son importantes para el producto? a) Etiqueta b) Empaque c) Presentaciones •¿Qué parte de su empresa fue mejorada tecnológicamente? a) Herramientas b) Maquinaria •¿Cuál ha sido el comportamiento en el último año al mejorar tecnológicamente? a) Reducción en tiempos de producción b) Optimización de recursos c) Mejora en la calidad del producto •¿Qué nivel de conocimiento posee su personal? a)Alto b) Medio c) Bajo •El conocimiento que posee el personal es de carácter a) Tecnificado b) Empírico •Califique su nivel de competencia en los siguientes aspectos a)Gestión Estratégica b)Marketing c)Producción d)Aspectos Contables y Financieros e)Aspectos Legales d)Internacionalización del producto 	
--	----------------------------	---	---	--

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

3.6 Plan de Recolección de Información

Para la recolección de la información ha sido indispensable trazar un Plan de Recolección de la Información y así obtener datos de calidad, este engloba estrategias, métodos, técnicas e instrumentos a utilizarse para desarrollar el trabajo del investigador como se detalla a continuación.

Tabla 6. Hoja de Ruta de Recolección de la Información

Preguntas Básicas	Explicación
¿QUÉ?	La presente investigación basa su estudio en la gestión de factores claves de éxito de los emprendedores vinculados a CorpoAmbato.
¿PARA QUÉ?	Para proponer estrategias enfocadas a potenciar los factores de éxito y mejorar la gestión de los emprendedores.
¿DE QUÉ PERSONAS?	Las personas que serán objeto de estudio en la investigación se encuentran constituidos por emprendedores de la provincia de Tungurahua, que se hayan vinculado a CorpoAmbato.
¿SOBRE QUE ASPECTOS?	Los aspectos a tratarse por medio del estudio son: los factores de éxito y los datos contables.
¿QUIÉN?	Este trabajo será llevado a cabo por el investigados
¿CUÁNDO?	El periodo comprendido para la investigación es de diciembre de 2017 hasta junio de 2018.
¿DÓNDE?	El espacio geográfico considerado es en la provincia de Tungurahua en la zona urbana y rural.
¿CUÁNTAS VECES?	La investigación se aplicará una sola vez
¿MEDIANTE QUE TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN?	La técnica de recolección de información a utilizarse es la encuesta y una entrevista no estructurada.
¿CON QUÉ?	El instrumento a utilizarse es el cuestionario pre establecido.

¿EN QUÉ SITUACIÓN?	Al realizar la investigación de campo el investigador tiene que ubicar a los emprendedores en sus talleres o lugar de residencia.
---------------------------	---

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

3.7 Plan de procesamiento de la Información

Se utilizó representaciones escritas y numéricas, tablas, gráficos de pasteles y de barras los cuales permitieron el correcto análisis y procesamiento de la información obtenida como resultado de los diferentes métodos, técnicas e instrumentos.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis e Interpretación de Datos

Luego de aplicar el instrumento de recolección de información que fue la encuesta se procedió con un registro individual de cada una de las encuestas en una hoja de excel posteriormente se elaboró las tablas de frecuencia con los gráficos respectivos los cuales ayudarán a entender de mejor manera los resultados de las encuestas.

PREGUNTA 1. Género

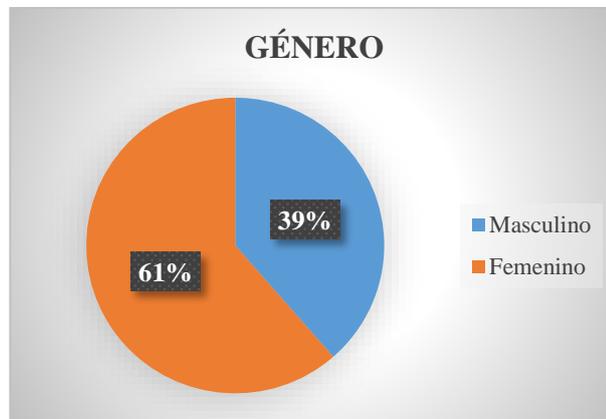
Tabla 7. Frecuencia género

CATEGORIA	FR	%
Masculino	27	39
Femenino	43	61
TOTAL	70	100

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 10. Género



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis

Del total de la población encuestada, el 39% corresponde al género masculino y el 61% al género femenino.

Interpretación

La distribución de género en el caso de los emprendedores vinculados a Corpoambato muestra que en su mayoría es de carácter femenino.

PREGUNTA 2. Tiempo de vida en el mercado

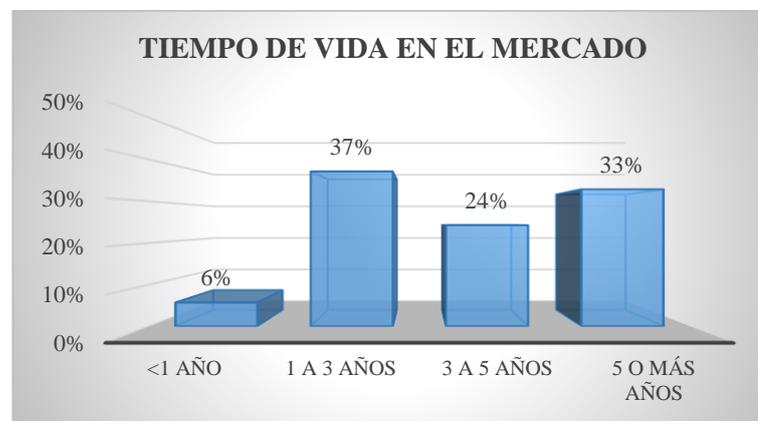
Tabla 8. Frecuencia del tiempo de vida en el mercado

CATEGORÍA	FR	%
<1 año	4	6
1 a 3 años	26	37
3 a 5 años	17	24
5 o más años	23	33
TOTAL	70	100

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 11. Tiempo de vida en el mercado



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis

Del total de la población encuestada, el tiempo de vida en el mercado del 6%, corresponde a emprendedores menores a un año, mientras que el 37% indicó que va entre 1 a 3 años, el 24% que es de 3 a 5 años y el 33% tienen 5 o más años de vida.

Interpretación

En relación a los resultados obtenidos se puede identificar que el porcentaje más alto corresponde a los emprendimientos que van entre uno y tres años demostrando así que se encuentran entre los emprendimientos nuevos seguido de un porcentaje menor pero casi similar los emprendimientos que han logrado mantenerse en el mercado por más de 5 años.

PERSONAL

PREGUNTA 3. Al momento de crear su emprendimiento ¿cuál fue el motivo personal que lo impulsó?

Tabla 9. Frecuencia de motivación personal

CATEGORÍA	FR	%
Necesidad de logro y superación	23	28
Necesidad económica	45	55
Necesidad de independencia	14	17
TOTAL	82	100

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 12. Motivación personal



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis

Del total de respuestas obtenidas, en cuanto al motivo personal que impulsó al emprendedor, el 28% corresponde a la necesidad de logro y superación, mientras que un 55% a la necesidad económica y un 17% es debido a una necesidad de independencia.

Interpretación

Los emprendedores en un porcentaje mayor identifican que el motivo personal por el que crearon su emprendimiento es debido a la necesidad económica por la que atravesaron a su debido momento ya que supieron explicar que su familia depende hasta la actualidad del trabajo que generan, a la vez y en un menor porcentaje existen

personas que han creado el emprendimiento por las ganas de superarse a sí mismos y porque han deseado no depender de un patrono; sino buscar su propio negocio.

PREGUNTA 4. ¿En qué medida ha logrado cumplir las metas que estableció como objetivo anual?

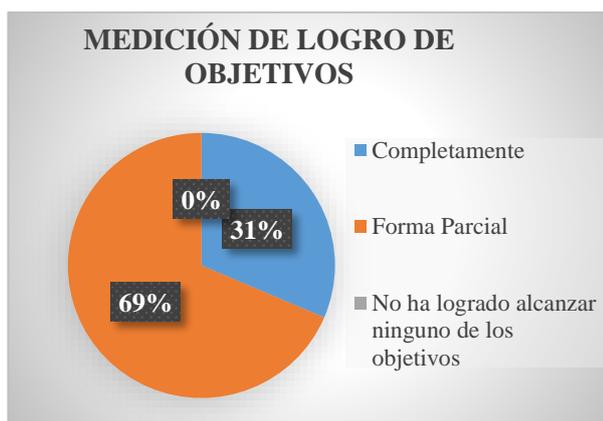
Tabla 10. Frecuencia en la medición de logro de objetivos

CATEGORÍA	FR	%
Completamente	22	31
Forma Parcial	48	69
No ha logrado alcanzar ninguno de los objetivos	0	0
TOTAL	70	100

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 13. Medición de logro de objetivos



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis

Del 100% de los encuestados se puede observar que el 31% ha logrado cumplir sus metas anuales de forma completa, mientras que el 69% las ha cumplido de forma parcial.

Interpretación

Las metas que se estableció para el año 2017 fueron cumplidas en mayor porcentaje de forma parcial ya que los emprendedores han expresado que aún se encuentran cumpliendo los objetivos planteados con anterioridad y que irán progresando poco a poco con el transcurso del tiempo.

PREGUNTA 5. ¿En qué medida los beneficios económicos que percibe de su emprendimiento han ayudado a mejorar las condiciones de vida actual?

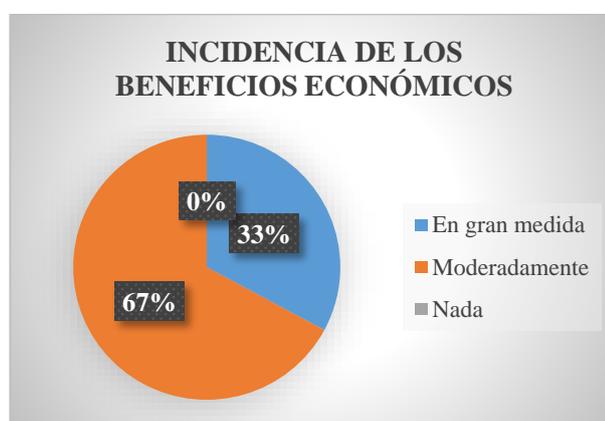
Tabla 11. Frecuencia de Incidencia de beneficios económicos

CATEGORÍA	FR	%
En gran medida	23	33%
Moderadamente	47	67%
Nada	0	0%
TOTAL	70	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 14. Incidencia de los beneficios económicos



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis

Del 100% de la población encuestada se puede observar que el 33% de las respuestas corresponden a que los beneficios económicos han mejorado las condiciones de vida en gran medida, mientras que el 67% considera que estos beneficios los han ayudado de manera moderada.

Interpretación

Las condiciones de vida de los emprendedores gracias a los ingresos percibidos han ayudado a mejorar sus condiciones de vida de manera moderada; esto tiene relación directa con el cumplimiento de objetivos que a su vez son de forma parcial, y en el momento en que se logre equilibrar estos dos puntos se podrá decir que la incidencia de los beneficios han sido muy buenos y el cumplimiento de objetivos en su mayoría

llega a ser completo; mientras tanto el emprendedor buscará estrategias para aumentar ventas y generar mayores beneficios.

SOCIAL

PREGUNTA 6. ¿En que beneficia su emprendimiento a la sociedad?

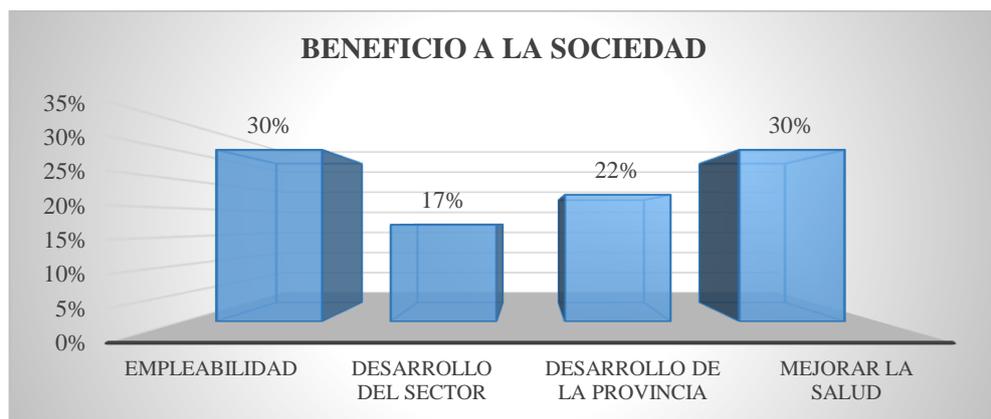
Tabla 12. Frecuencia de beneficio a la sociedad

CATEGORÍA	FR	%
Empleabilidad	23	30
Desarrollo del sector	13	17
Desarrollo de la provincia	17	22
Mejorar la salud	23	30
TOTAL	76	100

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 15. Beneficio a la sociedad



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis

Del 100% de respuestas, el 30% de estas demuestran que el emprendimiento beneficia a la sociedad en empleabilidad, mientras que 17% en desarrollo del sector, el 22% desarrollo de la provincia y un 30% en mejorar la salud

Interpretación

Los beneficios a la sociedad con este tipo de emprendimientos son diversos como se puede expresar en los resultados, pero en porcentajes iguales estos corresponden

mayormente con el desarrollo de empleo y al mejorar la salud de la ciudadanía, características que demuestran que se está cumpliendo con los objetivos de cada una de estas empresas.

ECONÓMICOS

PREGUNTA 7. ¿En qué medida considera que su empresa es rentable?

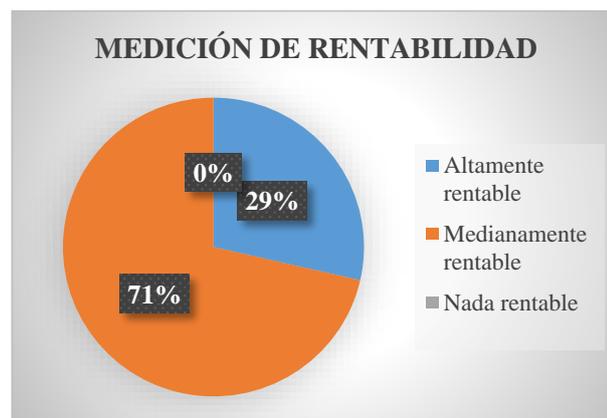
Tabla 13. Frecuencia de medición de rentabilidad

CATEGORÍA	FR	%
Altamente rentable	20	29%
Medianamente rentable	50	71%
Nada rentable	0	0%
TOTAL	70	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 16. Medición de rentabilidad



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis

Del total de la población encuestada el 29% respondió que su emprendimiento resulta altamente rentable, mientras que el 69% menciona que es medianamente rentable y no existe un porcentaje de respuestas que mencionen que no es rentable.

Interpretación

De acuerdo a la percepción de cada uno de los emprendedores que son quienes producen y saben cuan productivos resultan los recursos con los que se manejan, se ha

obtenido que el mayor porcentaje en medición de rentabilidad corresponde a que los micro emprendimientos son medianamente rentables.

PREGUNTA 8. ¿Qué recurso es el que generó mayor productividad?

Tabla 14. Frecuencia recurso- productividad

CATEGORÍA	FR	%
Mano de obra	35	46
Recursos Económicos	10	13
Recursos Tecnológicos	31	41
TOTAL	76	100

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 17. Recurso-productividad



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis

Del total de las respuestas obtenidas sobre el recurso que generó mayor productividad el 46% corresponde a mano de obra, mientras que el 13% a los recursos económicos y el 41% a recursos tecnológicos.

Interpretación

El recurso que genera mayor productividad es la mano de obra debido a que los emprendedores tienen dominio en lo que hacen y aplican el conocimiento a su vez aquellas personas que poseen empleados han mencionado que su productividad aumenta ya que su personal se encuentra capacitado; seguido se encuentran los

recursos tecnológicos que son los que han dado mayores facilidades para la producción.

FINANCIERO / CONTABLE

PREGUNTA 9. El capital con el que desenvuelve su negocio es:

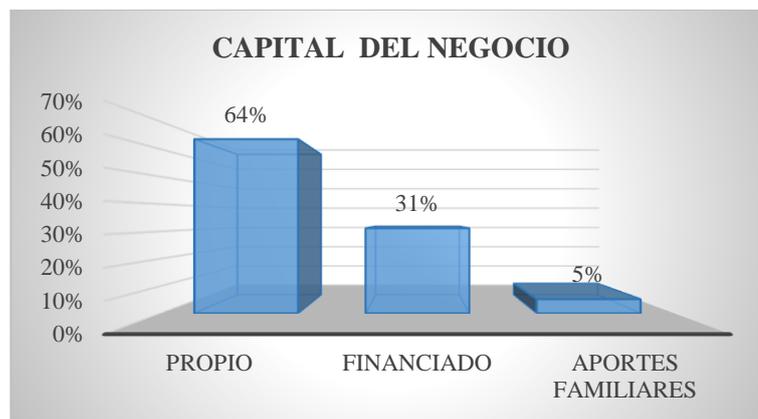
Tabla 15. Frecuencia tipo de capital del negocio

CATEGORÍA	FR	%
Propio	49	64%
Financiado	24	31%
Aportes familiares	4	5%
TOTAL	76	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 18. Capital del negocio



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis

Del total de las respuestas emitidas en cuanto al capital con el que manejan su negocio, el resultado es que el 64% corresponde al capital propio, mientras que el 31% al financiado y apenas un 5% a aportes familiares.

Interpretación

En su mayoría el capital con el que los emprendedores mueven su negocio es con el propio puesto que en concordancia con sus años de existencia que van entre uno y tres muchas personas aún no han requerido financiar un capital ya que el mismo es bajo.

PREGUNTA 10. El capital inicial para su emprendimiento fue:

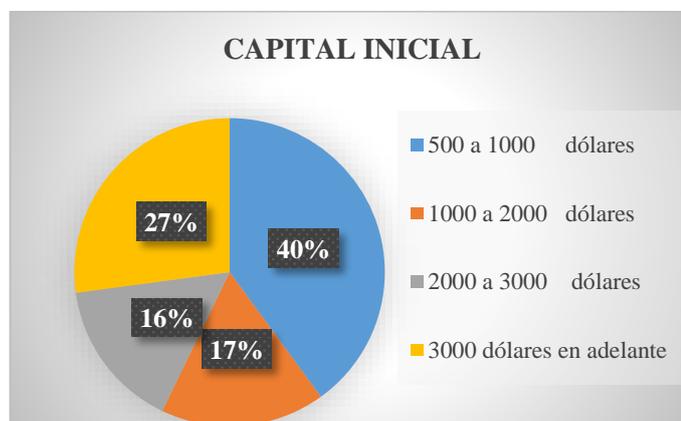
Tabla 16. Frecuencia monto de capital inicial

CATEGORÍA	FR	%
500 a 1000 dólares	28	40
1000 a 2000 dólares	12	17
2000 a 3000 dólares	11	16
3000 dólares en adelante	19	27
TOTAL	70	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 19. Monto de capital inicial



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis

Del 100% de la población encuestada ha mencionado que el monto inicial de su capital es en un 40% correspondiente al monto de 500 a 1000 dólares, mientras que el 17% dice que fue entre 1000 y 2000 dólares, el 16 % menciona que fue entre 2000 y 3000 dólares y el 27 % restante mencionan que fue mayor a 3000 dólares

Interpretación

Los emprendedores en su mayoría operaron con un capital inicial que va entre los \$ 500 y los \$1000 dólares, debido a que sus emprendimientos son pequeños; pero cabe destacar que en la actualidad el capital con el que se manejan es mayor puesto a que han ido adquiriendo bienes fruto del esfuerzo y beneficios que han obtenido.

PREGUNTA 11. Para el crecimiento de su micro emprendimiento ha tenido acceso a fuentes de financiamiento?

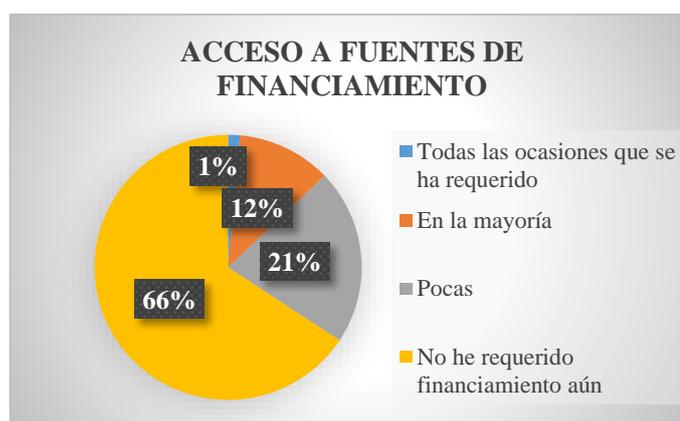
Tabla 17. Frecuencia acceso a fuentes de financiamiento

CATEGORÍA	FR	%
Todas las ocasiones que se ha requerido	1	1
En la mayoría	8	12
Pocas	15	21
No he requerido financiamiento aún	46	66
TOTAL	70	100

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 20. Acceso a fuentes de financiamiento



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis

El total de la población encuestada menciona que para el crecimiento de su micro emprendimiento han tenido acceso a fuentes de financiamiento en un 1% todas las ocasiones que han requerido financiamiento, el 12% que en la mayoría, el 21% pocas veces, mientras que el 66% no han requerido financiamiento aun.

Interpretación

Más del 50 % de los emprendedores han sabido manifestar que no han requerido de financiamiento ya que el capital es propio pero que a futuro para poder mejorar las

condiciones de su micro emprendimiento probablemente sea necesario, por otra parte ha existido personas que han requerido financiamiento más de una vez.

PREGUNTA 12. ¿A qué asigna el dinero que obtuvo del financiamiento?

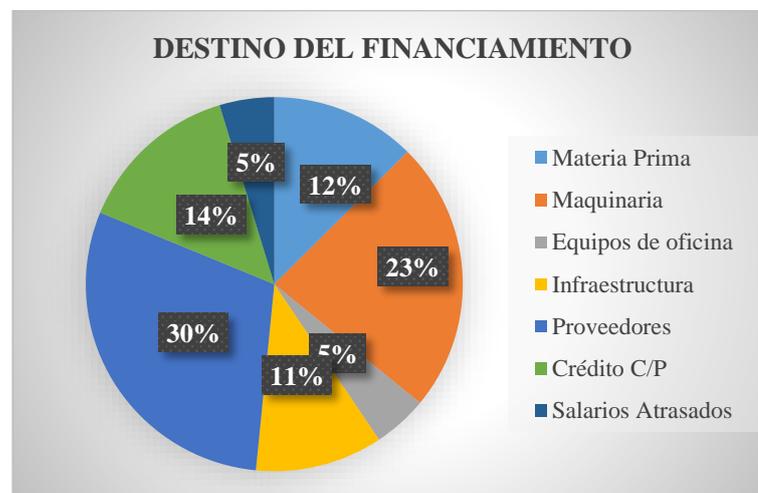
Tabla 18. Frecuencia destino del financiamiento

CATEGORÍA	FR	%
Materia Prima	8	13%
Maquinaria	15	23%
Equipos de oficina	3	5%
Infraestructura	7	11%
Proveedores	19	30%
Crédito C/P	9	14%
Salarios Atrasados	3	5%
TOTAL	64	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 21. Destino del financiamiento



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis

Esta respuesta fue contestada por 24 personas correspondiente al 34% de los encuestados quienes son las personas que han requerido financiamiento y mencionan que el destino del financiamiento en un 13% corresponde a materia prima, en un 23% a maquinaria, un 5% a equipos de oficina, un 11% a infraestructura, un 30% destinado

a cancelar a proveedores, un 9% a los créditos a corto plazo por cubrir mientras que un 5% a salarios atrasados.

Interpretación

De las personas que respondieron esta pregunta, en su mayoría el destino de este financiamiento ha sido para saldar deudas contraídas con anterioridad con los proveedores de las materias lo que significa que ese dinero es mal destinado ya que un financiamiento sirve principalmente para adquirir activos; eso es lo que demuestra el porcentaje que precede.

PREGUNTA 13. Su emprendimiento lleva contabilidad como base para los impuestos?

Tabla 19. Frecuencia registro de contabilidad en el negocio

CATEGORÍA	FR	%
Si	24	34
No	46	66
TOTAL	70	100

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 22. Registro de contabilidad



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis

Del 100% de la población el 34% menciona que si llevan contabilidad mientras que el 66% no tienen obligaciones tributarias.

Interpretación

Como reflejo del tamaño de las micro empresas se puede notar que en su gran mayoría no llevan contabilidad, esto se debe a que los emprendedores en su categorización del SRI son contribuyentes “no obligados”, solo tienen una contadora que ayuda con sus declaraciones mensuales.

DE CRECIMIENTO

PREGUNTA 14. Al hacer un análisis comparativo del transcurso de vida de su emprendimiento en que porcentaje han aumentado las ventas?

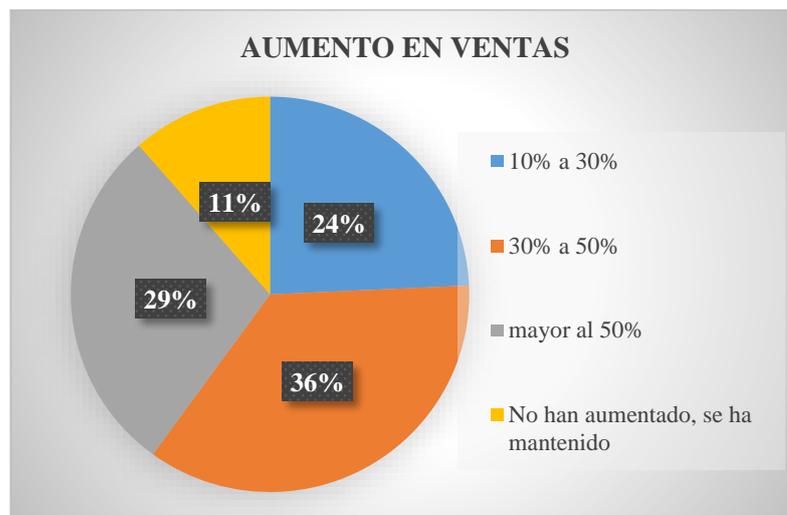
Tabla 20. Frecuencia del aumento en ventas

CATEGORÍA	FR	%
10% a 30%	17	24%
30% a 50%	25	36%
mayor al 50%	20	29%
No han aumentado, se ha mantenido	8	11%
TOTAL	70	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 23. Aumento en ventas



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis

Del total de los encuestados el 24% menciono que sus ventas en el año pasado han aumentado del 10% al 30%, el 36% menciona que han aumentado del 30% al 50%, mientras que el 29% mencionan que es mayor al 50% y un 11% que no han aumentado y se han mantenido.

Interpretación

Durante el año 2017 el mayor porcentaje registrado en el aumento de sus ventas es del 30% al 50%, a pesar de que no es un porcentaje bajo, las expectativas de los productores fueron más altas por lo que dentro del cumplimiento de objetivos, estos han sido de forma parcial justo por la incidencia de ventas.

PREGUNTA 15. ¿Cuál fue su ingreso mensual promedio percibido en el año 2017 proveniente de esta actividad?

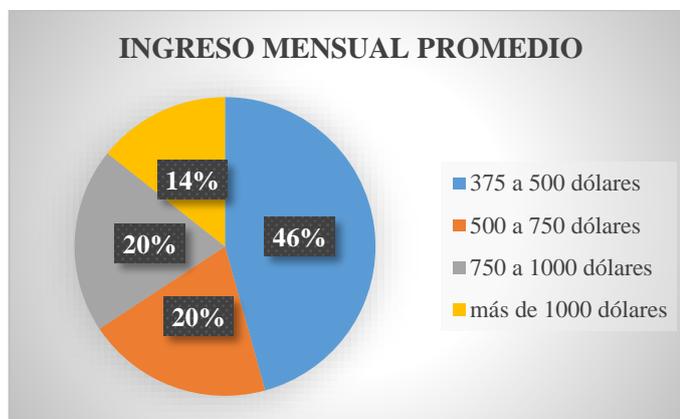
Tabla 21. Frecuencia ingreso mensual promedio

CATEGORÍA	FR	%
375 a 500 dólares	32	46
500 a 750 dólares	14	20
750 a 1000 dólares	14	20
más de 1000 dólares	10	14
TOTAL	70	100

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 24. Ingreso mensual promedio



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis

El 46% de la población afirma que su ingreso mensual promedio corresponde a 375 a 500 dólares, mientras el 20% que es de 500 a 750 dólares , un 20% de 750 a 1000 dólares y un 14% menciona que este va por más de 1000 dólares.

Interpretación

La mayor parte de la población encuestada respondió que el ingreso mensual promedio que perciben se ve reflejado entre los 375 a 500 dólares mensuales lo que significa que es un porcentaje muy bueno ya que por lo general los emprendimientos son unipersonales.

PREGUNTA 16. ¿De este ingreso que porcentaje corresponde a la utilidad neta?

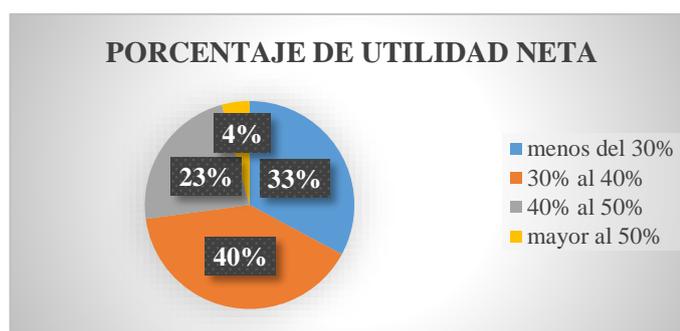
Tabla 22. Frecuencia del porcentaje de utilidad neta

CATEGORÍA	FR	%
menos del 30%	23	33%
30% al 40%	28	40%
40% al 50%	16	23%
mayor al 50%	3	4%
TOTAL	70	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 25. Porcentaje de utilidad neta



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis

El total de los encuestados han respondido que el 33% perciben menos del 30% de utilidad neta, el 40% de 30 al 40%, el 23% del 40% al 50% y un 4% dice que este es mayor al 50%.

Interpretación

Los porcentajes que perciben mayor cantidad de respuestas van desde una utilidad neta de menos del 30% hasta el 40%, de cierta manera este resultado se torna preocupante debido a que un negocio debe tener una ganancia mayores al 30%, en esta investigación se han detectado algunos de los inconvenientes que responden a este resultado.

PREGUNTA 17. ¿Cuál es el destino de los ingresos percibidos?

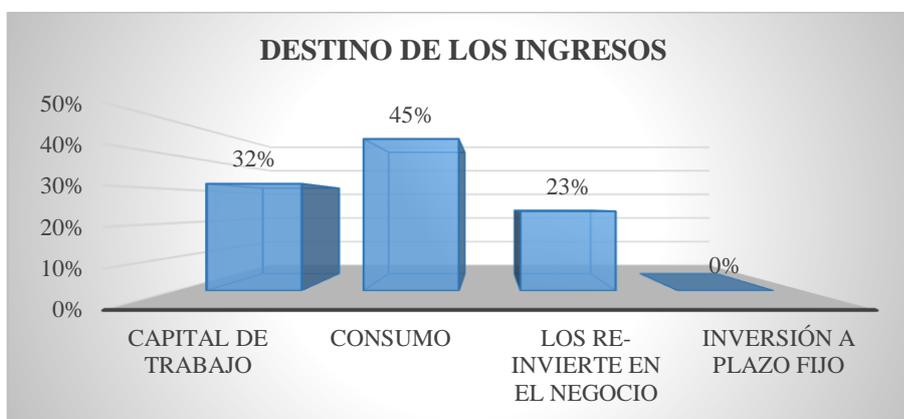
Tabla 23. Frecuencia destino de los ingresos

CATEGORÍA	FR	%
Capital de trabajo	31	32
Consumo	44	45
Los re-invierte en el negocio	23	23
Inversión a plazo fijo	0	0
TOTAL	98	100

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 26. Destino de los ingresos



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis

El total de los ingresos percibidos en un 32% son destinados como capital de trabajo, el 45% para el consumo, el 23% reinvierten en el negocio y no hay un porcentaje destinado a la inversión financiera.

Interpretación

Del total de respuestas emitidas por los encuestados, en mayor porcentaje destinan los ingresos a lo que es consumo personal, este resulta ser un punto negativo ya que por lo general en los primeros años del emprendimiento esos ingresos deben estar destinados para reinversión principalmente.

PREGUNTA 18. ¿Cuál es el número de personas con el que cuenta su emprendimiento?

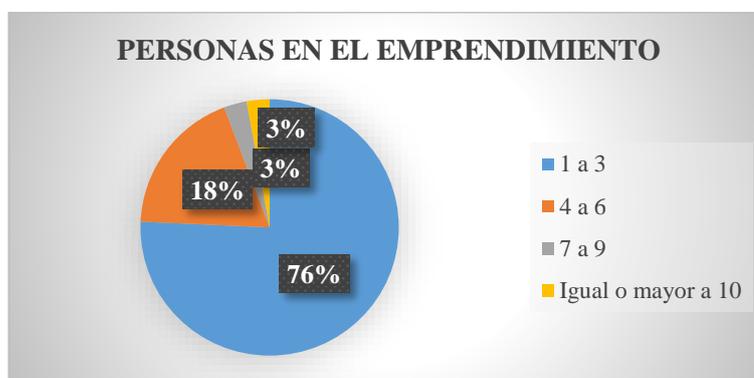
Tabla 24. Frecuencia personas en el emprendimiento

CATEGORÍA	FR	%
1 a 3	53	76
4 a 6	13	19
7 a 9	2	3
Igual o mayor a 10	2	3
TOTAL	70	100

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 27. Personas en el emprendimiento



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis

Del total de los entrevistados el 76% respondió que cuentan entre 1 y 3 personas en su emprendimiento, el 19% cuenta de 4 a 6, el 3% de 7 a 9 y el 3% restante tienen 10 personas.

Interpretación

El mayor porcentaje de la población ha sabido manifestar que el número con el que cuentan dentro de su emprendimiento es entre uno y tres personas, de este porcentaje su mayoría son de carácter unipersonal, muy pocos tienen entre cuatro y seis personas ya que han sabido manifestar que en aspectos legales el contratar a personas implica también afiliarlos y trabajar bajo el sistema de la ley es por ello que prefieren mantenerse con un bajo nivel de personal.

PREGUNTA 19. Considera que los beneficios que el negocio generó son:

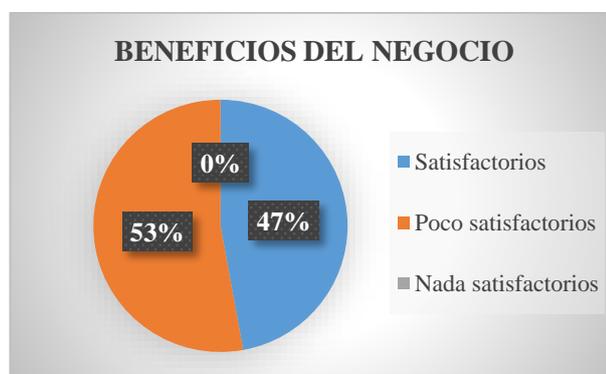
Tabla 25. Frecuencia beneficios del negocio

CATEGORÍA	FR	%
Satisfactorios	33	47%
Poco satisfactorios	37	53%
Nada satisfactorios	0	0%
TOTAL	70	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 28. Beneficios del negocio



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis

Del total de los encuestados el 47% consideran que los beneficios de su negocio en el año 2017 han sido satisfactorios, mientras el 53% mencionan que son poco satisfactorios.

Interpretación

La mayor parte de los encuestados respondieron que se sienten poco satisfechos con los beneficios que su negocio genera ya que aspiran que su negocio rinda más en los

próximos años, que los productos lleguen a más personas y que puedan crecer de un micro emprendimiento a una empresa más cimentada.

CAPACIDAD DE INNOVACIÓN

PREGUNTA 20. ¿Qué mejoras cree que son importantes para el producto? y que porcentaje Ud. aplica a sus productos?

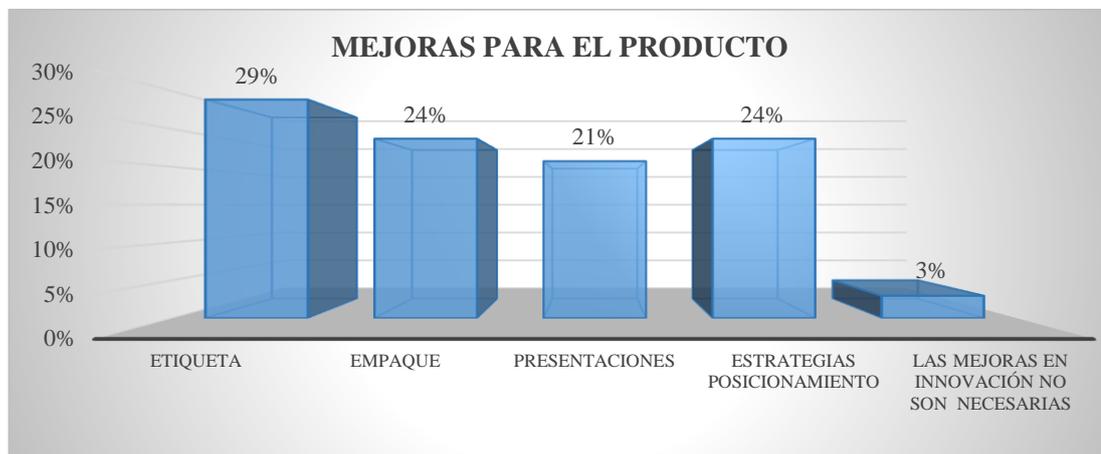
Tabla 26. Frecuencia mejoras para el producto

CATEGORÍA	FR	%
Etiqueta	39	29
Empaque	32	24
Presentaciones	28	21
Estrategias de posicionamiento	32	24
Las mejoras en innovación no son necesarias para el producto	4	3
TOTAL	135	100

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 29. Mejoras para el producto



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis

El 29% del total de respuestas corresponde a que el etiquetado es un instrumento importante para el producto, el 24% hace relación al empaque, el 21% a las

presentaciones, mientras que el 24% se centra en estrategias de posicionamiento y un 3% piensa que las mejoras en innovación no son importantes.

Interpretación

En cuanto a la gestión en innovación del producto, los emprendedores se encuentran constantemente recibiendo asistencia técnica por parte de la corporación y es así que consideran que todas las características presentadas son importantes pero en un mayor porcentaje consideran que los productos deben presentar un etiquetado.

PREGUNTA 20.1. ¿Qué porcentaje Ud. aplica a sus productos?

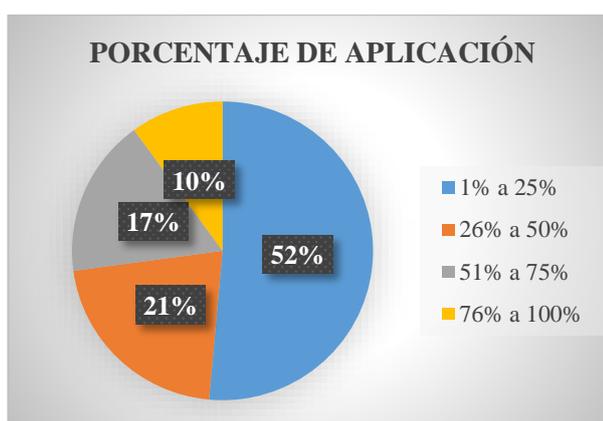
Tabla 27. Frecuencia del porcentaje de aplicación de mejoras

CATEGORÍA	FR	%
1% a 25%	36	51%
26% a 50%	15	21%
51% a 75%	12	17%
76% a 100%	7	10%
TOTAL	70	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 30. Porcentaje de aplicación



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis

Del total de aplicación se ha obtenido que el 51% aplica las mejoras a su producto de 1% a 25%, el 21% del 26 al 50%, el 17% lo hace en un porcentaje de 51% a 75%, mientras que el 10% aplica de 76% a 100%.

Interpretación

Un producto debe presentar las características adecuadas para que compita en un mercado, como se puede notar en el gráfico, apenas un 10% del total de la población aplica en un 100% innovación al producto y más del 50% tienen una aplicación máxima hasta un 25% , esto da a notar que el propietario no posee los recursos suficientes o a su vez el emprendedor ha descuidado este ámbito.

TECNOLOGÍA

PREGUNTA 21. Qué parte de su empresa fue mejorada tecnológicamente?

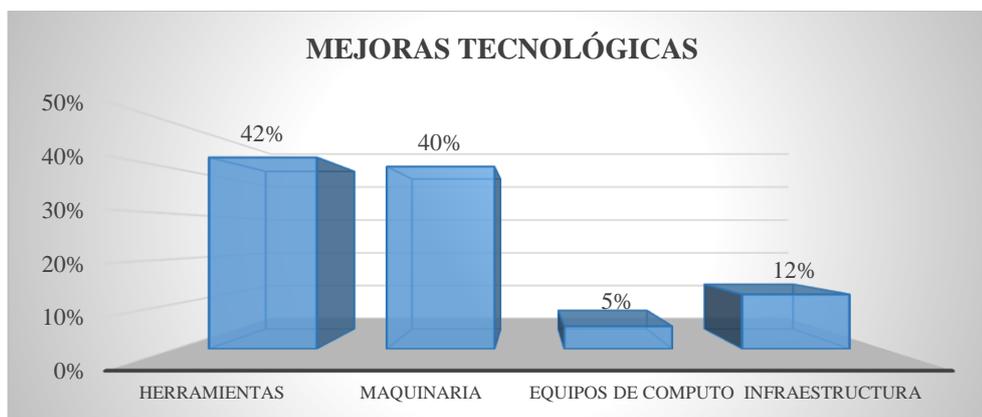
Tabla 28. Frecuencia mejoras tecnológicas

CATEGORÍA	FR	%
Herramientas	42	42
Maquinaria	40	40
Equipos de computo	5	5
Infraestructura	12	12
TOTAL	98	100

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 31. Mejoras tecnológicas



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis

El total de las respuestas indican que el 42% corresponde a que las herramientas fueron mejoradas tecnológicamente, el 40% a maquinaria, el 5% a equipos de cómputo y un 12% a la infraestructura.

Interpretación

Las mejoras tecnológicas que se aplican en los emprendimientos investigados en mayor porcentaje son las herramientas y en la maquinaria que se adquirió las cuales han ayudado para poder presentar un producto de calidad al consumidor y ser productivo en cuanto a recursos.

PREGUNTA 22. ¿Cuál ha sido el comportamiento en el último año al mejorar tecnológicamente?

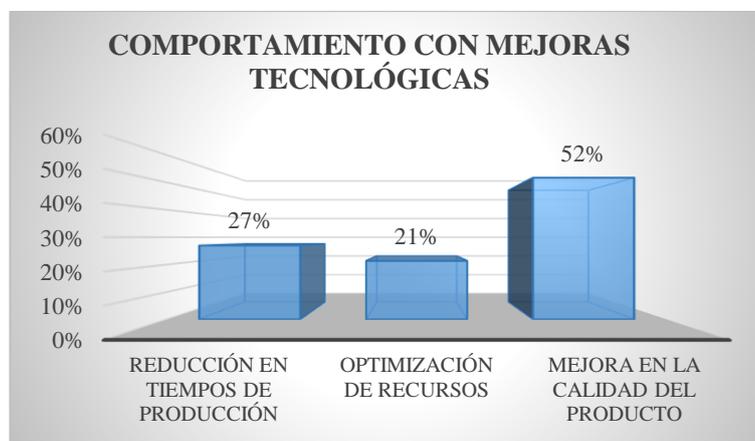
Tabla 29. Comportamiento según mejoras tecnológicas

CATEGORÍA	FR	%
Reducción en tiempos de producción	24	27
Optimización de recursos	19	21
Mejora en la calidad del producto	46	52
TOTAL	89	100

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 32. Comportamiento con mejoras tecnológicas



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis

Del 100% de las respuestas emitidas, el 27% ha mencionado que se han beneficiado en tiempos de producción, un 21% en optimización de recursos y un 52% en mejorar en la calidad del producto.

Interpretación

Del total de las respuestas emitidas por los encuestados en mayor porcentaje las mejoras han ayudado para mejorar la calidad del producto y ofrecer un producto de calidad que este al nivel del cliente que desea adquirir.

CAPACIDADES DEL PERSONAL

PREGUNTA 23. ¿Qué nivel de conocimiento posee su personal en las actividades que desarrolla?

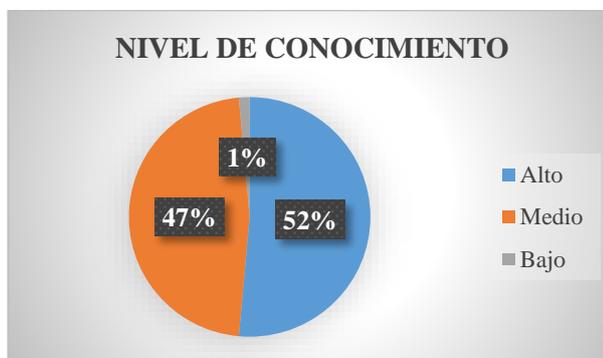
Tabla 30. Frecuencia nivel de conocimiento

CATEGORÍA	FR	%
Alto	36	51
Medio	33	47
Bajo	1	1
TOTAL	70	100

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 33. Nivel de conocimiento



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis

Del total de los encuestados el 51% respondió a que su nivel de conocimiento es alto, mientras el 47% menciona que es medio.

Interpretación

Como se puede observar en el gráfico la mayor parte de las respuestas corresponden a que el nivel de conocimiento del emprendedor es de carácter alto debido a las

capacitaciones y apoyo que los mismos han gestionado para poder desarrollar sus micro emprendimientos.

PREGUNTA 24. El conocimiento que posee el personal es de carácter

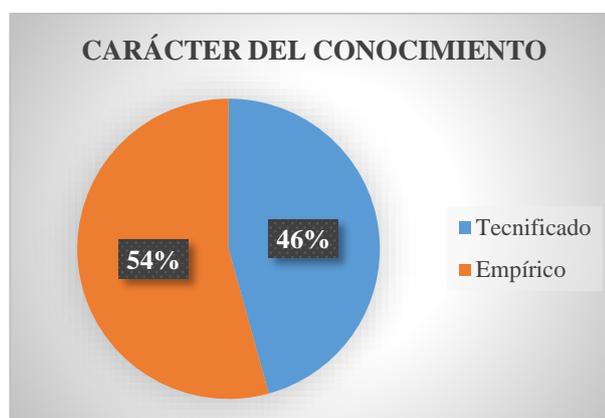
Tabla 31. Frecuencia carácter del conocimiento

CATEGORÍA	FR	%
Tecnificado	32	46%
Empírico	38	54%
TOTAL	70	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 34. Carácter del conocimiento



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis

Del total de los encuestados el 46% mencionó que su conocimiento es de carácter tecnificado, mientras el 54% indicó que es empírico.

Interpretación

Más del 50% de las respuestas mencionan que el conocimiento que posee el personal es de carácter empírico, debido a que lo que han aprendido son conocimientos ancestrales; sin embargo el porcentaje restante corresponde aquellas personas que han obtenido un título de tercer nivel o a su vez han sido apoyados por instituciones como el MIPRO, PROECUADOR, ARCSA, Municipalidad de Ambato entre otros.

PREGUNTA 25. Califique su nivel de competencia en los siguientes aspectos (siendo 5 dominio - 1 nada competente)

Tabla 32. Frecuencias nivel de competencia

VARIABLE	1 Nada Competente	2 Regular	3 Bueno	4 Muy Bueno	5 Dominio	TOTAL
a)Gestión Estratégica	0	21	26	16	7	70
b)Marketing	10	20	15	14	11	70
c)Producción	0	0	8	24	38	70
d)Aspectos Contables y Financieros	12	16	24	11	7	70
e)Aspectos Legales	26	17	7	8	12	70
f)Internacionalización del producto	32	8	15	10	5	70

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 35. Nivel de competencia del emprendedor



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis e interpretación

A nivel general del total de los encuestados el 37% de las respuestas con respecto a gestión estratégica es bueno, en cuanto a Marketing se manejan con un 29% con un nivel regular, para producción se manejan con un 54% con calificación de dominio, para aspectos contables y financieros apenas un 10% con dominio, los aspectos legales debido a que no son necesarios en la mayoría de los emprendimientos se ha calificado con un 34% como nada competentes y por último en cuanto a internacionalización de la misma manera porque no todos lo producto se pueden exportar y en su mayoría son alimentos se ha calificado con un 46% como nada competentes.

EMPRESIMIENTOS MODELO SELECCIONADOS

La investigación presenta tres modelos de negocios, el primero corresponde a un emprendimiento nuevo, el segundo y terceros son emprendimientos establecidos, los cuales son estudiados numéricamente, es decir con datos reales, se obtuvo información de ventas y adquisiciones de 2 años, éstos fueron tomados de la declaración del impuesto al valor agregado IVA, de los casilleros 419 “total de ventas y otras operaciones” y del casillero 519 “total de adquisiciones y pagos” y de la construcción de información en una entrevista no estructurada con los productores.

Los emprendimientos son: Jabonería Natural 100% Artesanal, Arte JVS Artesanías y Rikolatte. Se presenta una tabla detallando los valores en ventas y compras de los 12 meses del año 2016 y 2017, estos a su vez están desglosados en variaciones absolutas y porcentuales de cada uno de los emprendimientos. En la parte inferior tenemos una continuación del gráfico que muestra un promedio mensual en ventas de los dos años con su respectiva variación, de la misma manera para las compras, a más de ellos se ha logrado obtener gráficos que son descritos; cabe indicar que esto se ha realizado en los 3 emprendimientos.



a) Modelo de negocio nuevo con éxito

JABONERÍA NATURAL 100% ARTESANAL



El emprendimiento Natural 100% nace hace aproximadamente 3 años como una forma extra de sustento a la profesión de la emprendedora, su propietaria es la Cosmetóloga Myriam Valencia quien se dedica a la elaboración de jabones artesanales a base de glicerina, y productos naturales; con diversas fragancias, formas y colores, elaborados a mano su preparación y utilizando moldes para crear divertidas formas que atrae mucho la atención del cliente. Este emprendimiento se comercializaba a familiares y amigos en un inicio pero por el potencial que representaba se lo dió a conocer en el mercado hace ya casi dos años hay que destacar que esta iniciativa es artesanal y de carácter unipersonal; se incorporó a la Corporación desde el año 2016.

Uno de los factores de éxito mencionados por la emprendedora es que al iniciar este emprendimiento, lo realizó sin ningún financiamiento, menciona que “las personas adquieren una deuda sin saber si el negocio va a tener éxito a futuro, a más de ello he destinado los ingresos percibidos para reinvertir en el negocio y que pueda crecer”.

Este emprendimiento es ejemplo de que los factores de éxito se encuentran en diferentes etapas del ciclo de vida del negocio, se aprovechó la oportunidad del mercado y se administra de una correcta manera.

Inversión del negocio actualmente: \$7000 dólares

Tabla 33. Ventas y Compras con variaciones Emprendimiento” Natural 100% “años 2016-2017

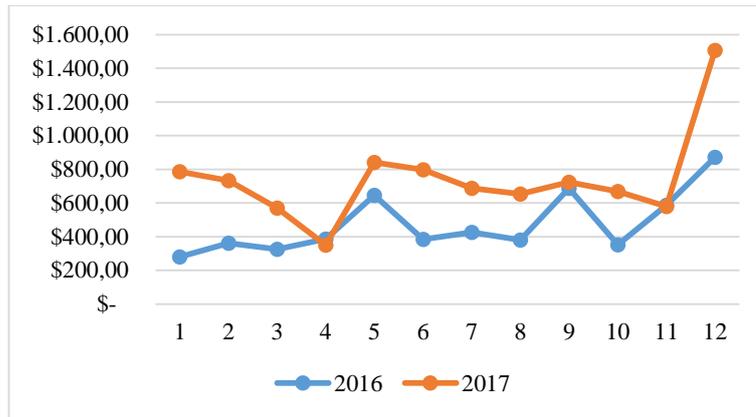
NATURAL 100%	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Valor Anual
<u>Ventas 2016</u>	\$ 280,00	\$ 361,50	\$ 325,50	\$ 386,25	\$ 644,97	\$ 383,42	\$ 425,44	\$ 380,50	\$ 687,00	\$ 352,75	\$ 587,20	\$ 871,20	\$ 5.685,73
Variación Absoluta		\$ 81,50	\$ (36,00)	\$ 60,75	\$ 258,72	\$ (261,55)	\$ 42,02	\$ (44,94)	\$ 306,50	\$ (334,25)	\$ 234,45	\$ 284,00	
Variación %		29%	-10%	19%	67%	-41%	11%	-11%	81%	-49%	66%	48%	
<u>Compras 2016</u>	\$ 183,43	\$ 287,83	\$ 189,96	\$ 296,24	\$ 205,88	\$ 215,53	\$ 145,02	\$ 167,90	\$ 239,37	\$ 479,72	\$ 248,70	\$ 399,00	\$ 3.058,58
Variación Absoluta		\$ 104,40	\$ 2,13	\$ 306,28	\$ (90,36)	\$ (290,35)	\$ 229,49	\$ (277,12)	\$ 71,47	\$ 240,35	\$ (231,02)	\$ 150,30	
Variación %		57%	1%	106%	-15%	-57%	106%	-62%	43%	100%	-48%	60%	
<u>Ventas 2017</u>	\$ 785,89	\$ 733,52	\$ 569,95	\$ 350,70	\$ 841,25	\$ 798,20	\$ 687,00	\$ 653,25	\$ 723,20	\$ 668,00	\$ 580,00	\$ 1.507,69	\$ 8.898,65
Variación Absoluta		\$ (52,37)	\$ (163,57)	\$ (219,25)	\$ 490,55	\$ (43,05)	\$ (111,20)	\$ (33,75)	\$ 69,95	\$ (55,20)	\$ (88,00)	\$ 327,69	
Variación %		-7%	-22%	-38%	140%	-5%	-14%	-5%	11%	-8%	-13%	160%	
<u>Compras 2017</u>	\$ 314,09	\$ 294,63	\$ 249,35	\$ 352,38	\$ 310,40	\$ 492,69	\$ 218,18	\$ 411,91	\$ 612,67	\$ 303,85	\$ 255,58	\$ 313,52	\$ 4.129,25
Variación Absoluta		\$ 112,54	\$ (54,28)	\$ (215,97)	\$ 158,02	\$ (17,71)	\$ (274,51)	\$ 193,73	\$ 200,76	\$ (308,82)	\$ 251,73	\$ (42,06)	
Variación %		22%	-9%	-38%	45%	-3%	-56%	89%	49%	-50%	83%	-8%	

VENTAS	2016	2017
Promedio Mensual	\$ 473,81	\$ 741,55
Variación Absoluta		\$ 3.212,92
Variación %		56,5%
COMPRAS	2016	2017
Variación Absoluta		\$ 1.070,67
Variación %		35%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 36. Ventas Natural 100% años 2016-2017



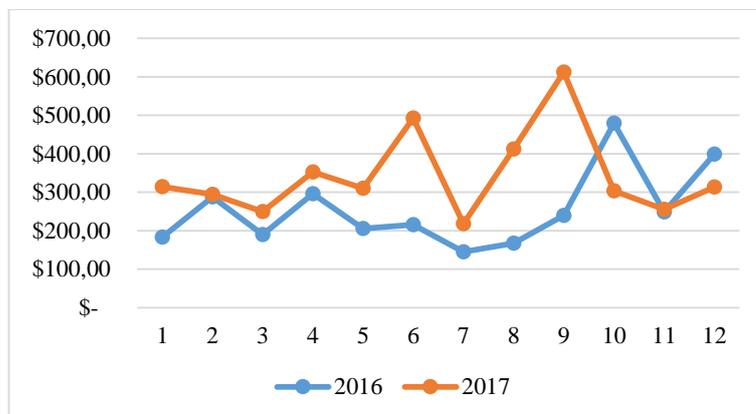
Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis e Interpretación

En el año 2017 las ventas han sido superiores en relación al año anterior con una variación de 3212,92 dólares que representa un aumento del 56,6% dado que el producto se ha dado a conocer en el mercado con la participación de eventos comerciales, de ferias y de entregas a clientes fijos como se puede observar en el grafico para el año 2016, las ventas en mayo aumentaron en un 67% de la misma manera para diciembre en un 48% esto se debe a las fechas especiales de la temporada de la misma manera en el año 2017 los meses que reflejan un mayor crecimiento mayo y diciembre con un promedio de aumento de 150% en comparación del mes anterior.

Gráfico 37. Compras Natural 100% años 2016-2017



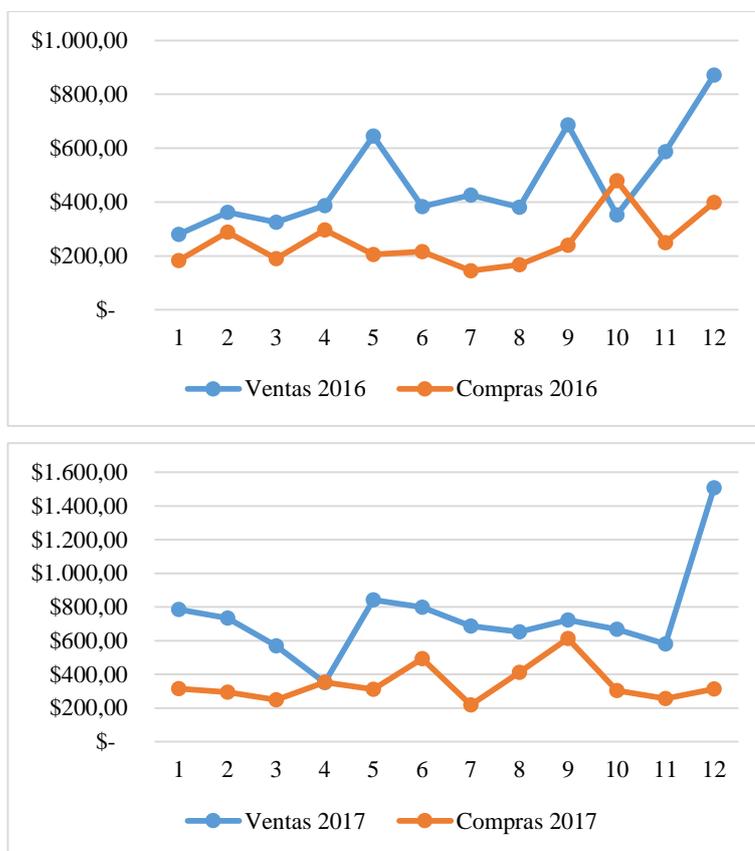
Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis e Interpretación

Como se puede observar en el gráfico las compras en el año 2017 han aumentado en un 35% debido a que se ha dado una mayor producción y venta de jabones, en la investigación realizada a la emprendedora supo manifestar que no realiza las compras en base a un registro sino como se vaya necesitando el producto. Por otro lado en 2017 las compras han aumentado después del mes de mayo y previo a diciembre que es cuando se necesita en mayor cantidad la materia prima.

Gráfico 38. Ventas vs Compras Natural 100% años 2016 - 2017



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis e Interpretación

Como se puede observar en los dos años las ventas son superiores a las compras en el año 2016 con un 46% y en el año 2017 con un 54% hay que indicar que las compras que se especifican en las declaraciones de iva no corresponde a todas las compras y pagos que se realiza, esto aumentarían un cierto nivel de tener esos datos, sin embargo

los resultados son optimistas debido a que se consultó a la emprendedora y supo manifestar que la utilidad neta es de un 50 a 60%.

b) Modelo de negocio establecido con un monto bajo en inversión

ARTE JVS ARTESANÍAS



El emprendimiento “Arte JVS Artesanías” nace en la ciudad de Ambato hace aproximadamente 10 años, su propietario es el señor Jorge Vaca Salazar, tras aprender desde su juventud el oficio de las artes decide incursionar poniendo en práctica los conocimientos aprendidos y es así que con sus hábiles manos elabora adornos para el hogar en masa de porcelanacrón y fibras naturales entre ellos tenemos nacimientos, fachadas, floreros, llaveros, alfileteros, porta llaves, bisutería, cuadros representativos de las culturas indígenas del Ecuador, entre otros. Este emprendimiento es netamente artesanal y de carácter unipersonal; es apoyado por CorpoAmbato desde el año 2015.

Uno de los factores de éxito mencionados por el emprendedor que le ha permitido permanecer en el mercado es la “innovación y creatividad” que posee el propietario.

Inversión del negocio actualmente: 3500 dólares

Tabla 34. Ventas y Compras con variaciones Emprendimiento Arte JVS años 2016-2017

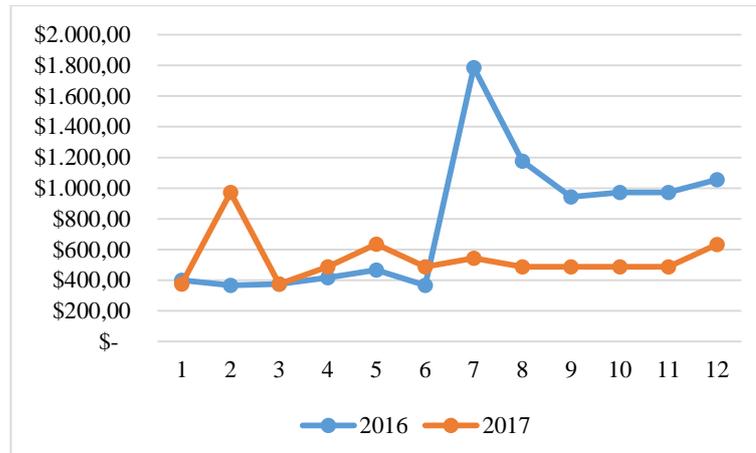
ARTE JVS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Novi	Dic	Valor Anual
<u>Ventas 2016</u>	\$ 401,00	\$ 366,00	\$ 374,93	\$ 416,00	\$ 466,00	\$ 366,00	\$ 1.785,00	\$ 1.176,00	\$ 944,00	\$ 972,00	\$ 972,00	\$ 1.056,00	\$ 8.153,00
Variación Absoluta		\$ (35,00)	\$ 8,93	\$ 41,07	\$ 50,00	\$ (100,00)	\$ 1.419,00	\$ (609,00)	\$ (232,00)	\$ 28,00	\$ -	\$ 84,00	
Variación %		-9%	2%	11%	12%	-21%	388%	-34%	-20%	3%	0%	9%	
<u>Compras 2016</u>	\$ 16,87	\$ 27,61	\$ 23,69	\$ 31,67	\$ 82,78	\$ 12,44	\$ 82,72	\$ 116,18	\$ 195,33	\$ 112,73	\$ 49,98	\$ 164,51	\$ 848,34
Variación Absoluta		\$ 10,74	\$ (3,92)	\$ 7,98	\$ 51,11	\$ (70,34)	\$ 70,28	\$ 33,46	\$ 79,15	\$ (82,60)	\$ (62,75)	\$ 114,53	
Variación %		64%	-14%	34%	161%	-85%	565%	40%	68%	-42%	-56%	229%	
<u>Ventas 2017</u>	\$ 375,00	\$ 972,00	\$ 375,00	\$ 487,00	\$ 636,12	\$ 487,00	\$ 543,00	\$ 487,00	\$ 487,00	\$ 487,00	\$ 487,00	\$ 633,00	\$ 6.456,12
Variación Absoluta		\$ 597,00	\$ (597,00)	\$ 112,00	\$ 149,12	\$ (149,12)	\$ 56,00	\$ (56,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 146,00	
Variación %		159%	-61%	30%	31%	-23%	11%	-10%	0%	0%	0%	30%	
<u>Compras 2017</u>	\$ 14,46	\$ 154,25	\$ 67,39	\$ 84,36	\$ 42,94	\$ 89,31	\$ 57,36	\$ 65,38	\$ 57,53	\$ 83,88	\$ 91,67	\$ 17,77	\$ 826,30
Variación Absoluta		\$ 139,79	\$ (86,86)	\$ 16,97	\$ (41,42)	\$ 46,37	\$ (31,95)	\$ 8,02	\$ (7,85)	\$ 26,35	\$ 7,79	\$ (73,90)	
Variación %		967%	-56%	25%	-49%	108%	-36%	14%	-12%	46%	9%	-81%	

VENTAS	2016	2017
Promedio Mensual	\$ 679,42	\$ 538,01
Variación Absoluta		\$ (1.696,88)
Variación %		-20,8%
COMPRAS	2016	2017
Variación Absoluta		\$ (22,04)
Variación %		-3%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 39. Ventas Arte JVS Artesanías años 2016-2017



Fuente: Investigación

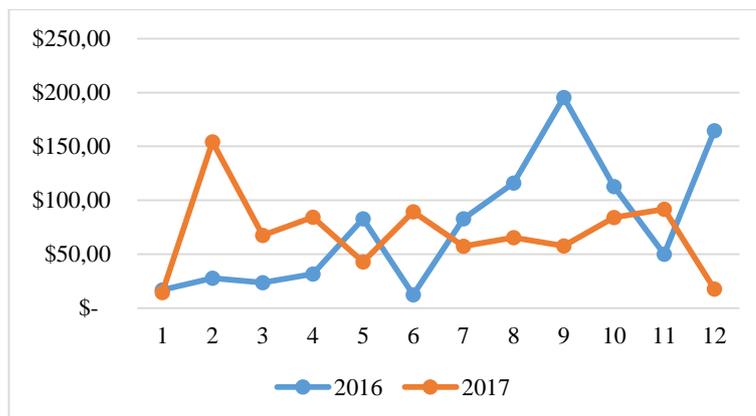
Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis e Interpretación

En el año 2016 las ventas han sido superiores en relación al año siguiente el cual tiene una variación de \$1696, 88 y representa el 20, 8% de disminución esto se debe a que el emprendedor desde el mes de junio a diciembre de 2016 empezó a prestar sus servicios como capacitador en artes para adultos mayores a una institución pública, a más de ello se puede observar que durante el mes de julio y agosto tiene ventas que aumentaron de una manera muy significativa ya que estas varían hasta un 388% a diferencia del mes anterior, esto correspondió a que, para esos dos meses se trabajó en contratos extra que son esporádicos con adornos personalizados. Para el año 2017 como se mencionó las ventas disminuyeron esto se debe a que las horas de trabajo como capacitador disminuyeron, pero hay que indicar que las ventas de adornos para los dos años se mantuvieron iguales, por otro lado los meses correspondiente a febrero, mayo, y diciembre son los más altos del año, debido a que esos meses llevan inmersos festividades como la FFF, el día de la madre, y la navidad, es decir la temporada influye para que se pueda vender en mayor cantidad.

Es importante mencionar que los datos presentados de ventas se encuentran sin ninguna disminución de gastos en ventas, o costos fijos.

Gráfico 40. Compras Arte JVS Artesanías años 2016- 2017



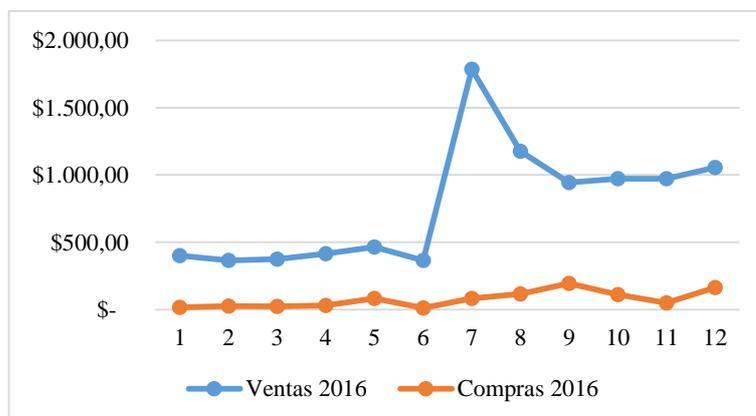
Fuente: Investigación

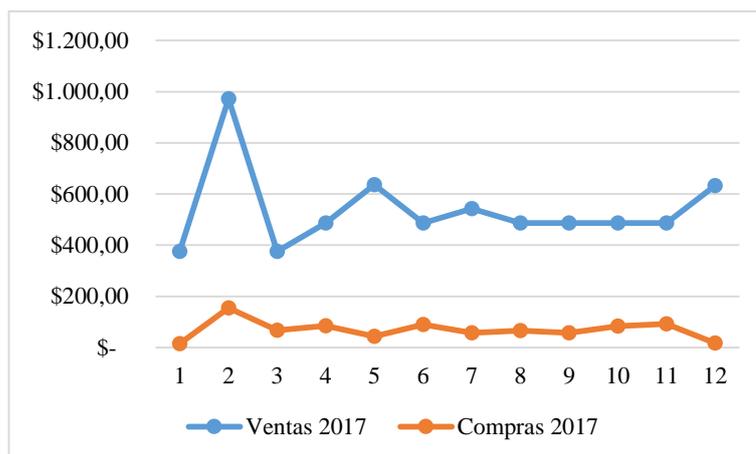
Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis e Interpretación

Las compras se las realiza de acuerdo a como los materiales se consuman, el propietario manifestó que por lo general va entre tres y cuatro meses, en el año 2016 como se puede observar para los meses de agosto y septiembre se ha provisionado de materia prima, esto se debe a que los ingresos de estos meses fueron superiores como se explicó anteriormente. Las compras para el año 2017 han disminuido apenas un 3% a excepción de los meses de temporada alta.

Gráfico 41. Ventas vs Compras Arte JVS Artesanías años 2016 y 2017





Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis e Interpretación

Como se puede apreciar los dos años las ventas superan a las compras en un 90%, esto se debe a que los adornos en porcelanacrón utilizan materia prima que no es costosa como pegamento y pinturas, la inversión más grande que se hace en este tipo de trabajo es el tiempo que toma elaborar cada uno de los adornos, ya no es un producto estandarizado por lo tanto no se puede elaborar a escala.

c) Modelo de negocio establecido con una inversión alta

RIKOLATTE



El emprendimiento Rikolatte es ambateño que nace hace aproximadamente hace 5 años se dedica principalmente a la elaboración de chocolate a la taza 100% cacao y derivados, sus propietarios son el Sr. Ricardo Escobar y la Sra Adriana Solis como un emprendimiento familiar cuenta con la participación de sus hijos para la fabricación del producto. Este negocio surge de la necesidad económica para poder dar sustento a la familia, a su vez el producto se lo ha ido insertando en el mercado y se busca dar a conocer en ferias, tiendas y en la actualidad en supermercados de la zona.

La inversión del emprendimiento ha sido significativo y se ha realizado mediante créditos financieros que se siguen pagando hasta la actualidad debido a que la maquinaria es el activo en el que se invirtió.

Gracias a la entrevista con la propietaria ha expresado que el negocio cuenta con ciertos barreras en la actualidad, cuenta con 4 trabajadores esporádicos que trabajan mediante factura y se les compensa por las horas trabajadas, a más de ello se ha tornado difícil insertar el producto en el mercado debido a la competencia, a pesar de que la materia prima proviene de la región costa en la ciudad existe un sin número de personas que ofertan este producto, sin embargo con estas pequeñas dificultades la micro empresa lucha día a día por forjar nuevos espacios y darse a conocer.

Emprendimiento apoyado por la corporacion desde el año 2017

Inversión del negocio actualmente: \$60.000 dólares

Tabla 35. Ventas y Compras con variaciones Emprendimiento "Rikolatte" años 2016-2017

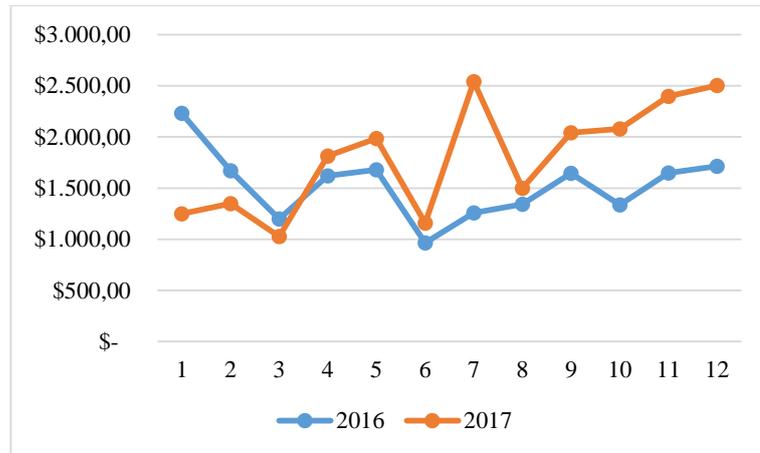
RIKOLATTE	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Novi	Dic	Valor Anual
<u>Ventas 2016</u>	\$ 2.232,00	\$ 1.670,00	\$ 1.199,00	\$ 1.620,00	\$ 1.681,00	\$ 965,12	\$ 1.259,58	\$ 1.342,00	\$ 1.645,87	\$ 1.335,47	\$ 1.649,22	\$ 1.714,88	\$ 18.314,14
Variación Absoluta		\$ (562,00)	\$ (471,00)	\$ 421,00	\$ 61,00	\$ (715,88)	\$ 294,46	\$ 82,42	\$ 303,87	\$ (310,40)	\$ 313,75	\$ 65,66	
Variación %		-25%	-28%	35%	4%	-43%	31%	7%	23%	-19%	23%	4%	
<u>Compras 2016</u>	\$ 710,00	\$ 1.453,00	\$ 923,00	\$ 1.200,00	\$ 1.345,00	\$ 832,00	\$ 764,00	\$ 1.120,00	\$ 1.578,00	\$ 1.175,00	\$ 799,00	\$ 983,00	\$ 12.882,00
Variación Absoluta		\$ 743,00	\$ (530,00)	\$ 277,00	\$ 145,00	\$ (513,00)	\$ (68,00)	\$ 356,00	\$ 458,00	\$ (403,00)	\$ (376,00)	\$ 184,00	
Variación %		105%	-36%	30%	12%	-38%	-8%	47%	41%	-26%	-32%	23%	
<u>Ventas 2017</u>	\$ 1.250,00	\$ 1.348,00	\$ 1.028,75	\$ 1.814,40	\$ 1.987,00	\$ 1.158,00	\$ 2.540,00	\$ 1.500,00	\$ 2.042,48	\$ 2.080,72	\$ 2.399,00	\$ 2.505,00	\$ 21.653,35
Variación Absoluta		\$ 98,00	\$ (319,25)	\$ 785,65	\$ 172,60	\$ (829,00)	\$ 1.382,00	\$ (1.040,00)	\$ 542,48	\$ 38,24	\$ 318,28	\$ 106,00	
Variación %		8%	-24%	76%	10%	-42%	119%	-41%	36%	2%	15%	4%	
<u>Compras 2017</u>	\$ 1.500,00	\$ 894,00	\$ 2.543,00	\$ 1.540,00	\$ 689,00	\$ 1.399,00	\$ 1.200,00	\$ 1.288,00	\$ 1.345,00	\$ 1.278,00	\$ 1.321,00	\$ 1.100,00	\$ 16.097,00
Variación Absoluta		\$ (606,00)	\$ 1.649,00	\$ (1.003,00)	\$ (851,00)	\$ 710,00	\$ (199,00)	\$ 88,00	\$ 57,00	\$ (67,00)	\$ 43,00	\$ (221,00)	
Variación %		-40%	184%	-39%	-55%	103%	-14%	7%	4%	-5%	3%	-17%	

VENTAS	2016	2017
Promedio Mensual	\$ 1.526,18	\$ 1.804,45
Variación Absoluta		\$ 3.339,21
Variación %		18,2%
COMPRAS	2016	2017
Variación Absoluta		\$ 3.215,00
Variación %		25%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Gráfico 42. Ventas Rikolatte años 2016-2017



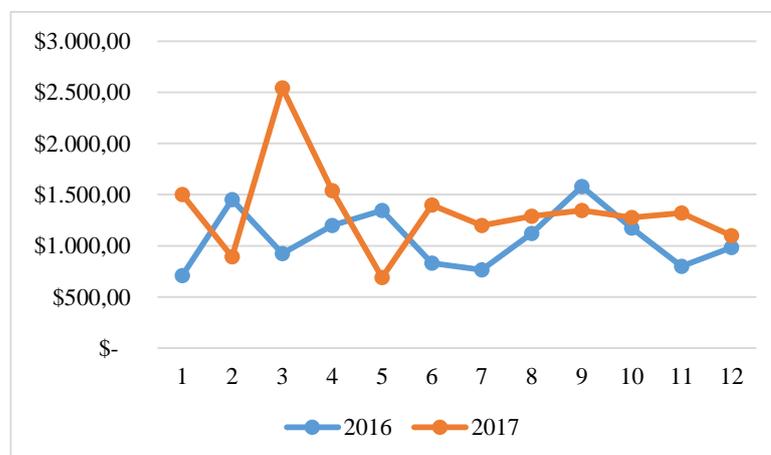
Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis e Interpretación

Como se puede observar las ventas del año 2017 han sido superiores a las del año anterior con una variación de \$3339, 21 dólares que representa un aumento de 18,2% este porcentaje no resulta tan significativo, según la propietaria los objetivos en ventas no se completaron debido a que en la zona está aumentando el número de comerciantes informales de chocolate y eso disminuye las ventas, por otro lado la gráfica presenta mejores ventas durante el mes de julio la representante ha sabido manifestar que la comercialización del chocolate es muy inesperado sin embargo en ese mes se hizo un enlace comercial con un supermercado que se mantiene hasta la actualidad.

Gráfico 43. Compras Rikolatte años 2016- 2017



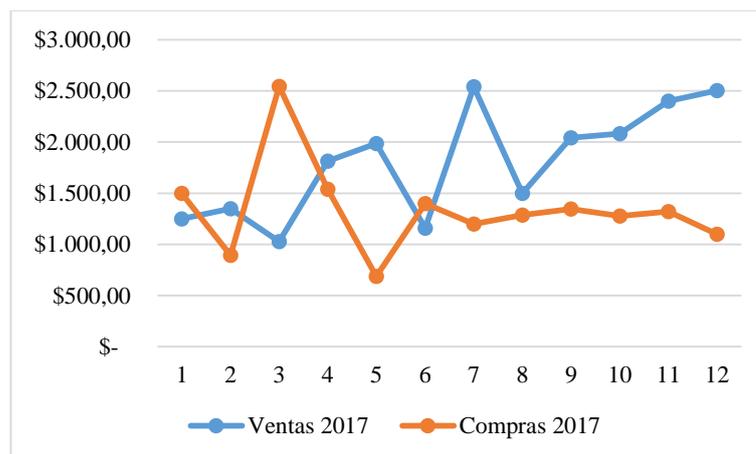
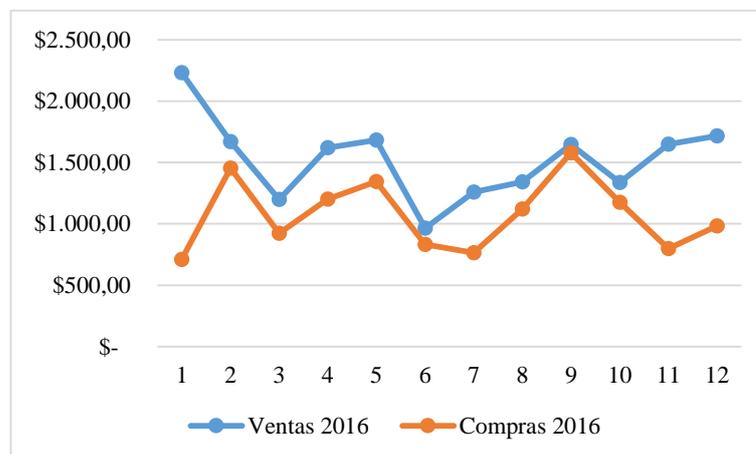
Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis e Interpretación

Como se puede observar las compras para del año 2017 han aumentado en un 25% esto se debe a que se ha necesitado producir un mayor número de producto ya que tiene relación directa con las ventas que de igual manera aumentaron. En la entrevista realizada a la productora supo manifestar que los meses de marzo y abril de 2017 son los meses más aptos para la compra de materia prima ya que hay sobreproducción en la región costa, en el mes de marzo del mismo año se realizó la adquisición de etiquetas y fundas plásticas es por ello que existe un incremento considerable y los meses siguientes refleja que son bajos ya que se hace una sola inversión por el hecho de abaratar costos.

Gráfico 44. Ventas vs Compras Rikolatte años 2016 y 2017



Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Análisis e Interpretación

Como se puede apreciar en los dos años las ventas superan a las compras en el año 2016 por 30% y con un promedio mensual de \$ 1526 dólares y para el 2017 por un 26% con un promedio mensual de 1804 dólares, estos porcentajes no resultan tan beneficiosos ya que existe un porcentaje de ganancia bajo, esto puede deberse a que el PVP necesita una regulación de margen de ganancia por otro lado esta la competencia que entrega más barato el producto pero este ya ha sufrido modificaciones. En relación al monto de inversión que se ha realizado

Comprobación Preguntas Directrices

1. ¿Cuál es la realidad de los emprendimientos vinculados a CORPOAMBATO?

La realidad de los emprendimiento se ha podido evidenciar netamente en el estudio investigativo realizado a los emprendedores por medio de la encuesta, donde se puede apreciar lo siguiente:

Datos positivos

- El género de la población encuestada responde a que es femenino en un 61%.
- El desarrollo de los emprendimientos benefician a la sociedad en empleabilidad un 30%, desarrollo del sector un 17%, desarrollo de la provincia un 22% y mejorar la salud en un 30%.
- La mano de obra es el recurso que generó mayor productividad con un 46%, seguido de los recursos tecnológicos con un 41% y de los recursos económicos con un 13%.
- El capital con el que se desenvuelve los negocios en un 64% es propio.
- Durante el año 2017 las ventas han aumentado entre un 30% y un 50% para el 36% de la población.
- Las herramientas con un 42% son la parte de los emprendimientos que ha sido mejorado tecnológicamente.
- Las mejoras tecnológicas han contribuido para que el 52% de la población mencione que han ayudado a mejorar la calidad del producto

- Con un 51% de respuestas la población menciona que su nivel de conocimiento en la actividad que desempeñan es alto.

Datos negativos

- El motivo personal que impulsa a crear el emprendimiento se debe a la necesidad económica en un 55%.
- El cumplimiento de las metas establecidas por el emprendedor han sido de forma parcial en un 69%.
- Los beneficios económicos generados del emprendimiento en un 67% han ayudado a mejorar las condiciones de vida de manera moderada.
- Según el análisis de percepción los emprendimientos en un 71% consideran a su negocio como medianamente rentables.
- Los estudios numéricos no se realizaron a profundidad debido al número de emprendimientos, a las condiciones de informalidad del negocio y a la poca accesibilidad por confidencialidad de datos.
- El capital inicial en los emprendimientos va entre 500 a 1000 dólares, en un 40%, este es un dato negativo debido a que con ese valor las condiciones del emprendimiento son básicas.
- Han accedido a financiamiento el 34% de la población correspondiente a 24 personas que destinan casi a la par ese efectivo para pagar a proveedores y adquirir maquinaria
- El 66% de los emprendedores no llevan contabilidad.
- Pese a que las ventas han aumentado para el año 2017 el 46% de la población se mantiene en un ingreso promedio de 375 a 500 dólares
- La percepción de utilidad neta en el emprendedor varía, sin embargo hay una mayor concentración del 40%, que menciona que esta va de un 30 a un 40%.
- El destino de los ingresos percibidos en un 45% hace alusión al consumo, no existe un destino para el ahorro.
- Los beneficios que el negocio generó son poco satisfactorios en un 53%.
- El porcentaje de aplicación en innovación del producto es realmente bajo con un 10% de respuestas en el rango de 76% a 100%.
- El 54% de la población manifiesta que el conocimiento que posee es empírico.

- Los emprendedores poseen débiles conocimientos en gerencia estratégica, marketing, aspectos contables y financieros.

Datos generales de la investigación

- El tiempo de vida en el mercado de los negocios menores a un año es el 6%, emprendimientos de 1 a 3 años ocupan un 37%, de 3 a 5 años un 24% y emprendimientos establecidos con más de 5 años un 33%
- El 76% de la población cuenta con un número de personal que va de 1 a 3 personas, tener un mayor personal implica afiliarlos como establece la ley.
- La mejora considerada como indispensable por el emprendedor es el etiquetado con un 29% estando a la par con el empaque, presentaciones y estrategias de posicionamiento.

Datos relevantes en los emprendimientos modelo

Emprendimiento Natural 100%

- Es un emprendimiento nuevo debido a que cuenta con 3 años en el mercado, se dedica a la elaboración de jabones artesanales para el cuidado de la piel.
- La tecnología que utiliza es con los moldes que permiten.
- El monto de la inversión fue de \$7000 este monto ya ha sido recuperado con las ventas.
- Ingreso promedio mensual para el año 2017 fue de 741,55 dólares.
- Presenta una variación aumento de ingresos del 56% con respecto al año 2016.
- Las ventas potenciales se registran en el mes de mayo y diciembre.
- Los ingresos tienen relación directa con las compras van en aumento debido a la cantidad de producción.
- La visión de esta emprendedora es poder adquirir una maquinaria que le permita ahorrar tiempo y recursos para ya no elaborar los jabones manualmente.

Arte JVS Artesanías

- Este es un modelo de emprendimiento ya establecido, cuenta con 10 años en el mercado, en la elaboración de artesanías netamente manuales.

- La tecnología utilizada se encuentra en las herramientas, para la elaboración de las artesanías.
- El monto de la inversión fue de \$3500 este monto ya ha sido recuperado con las ventas.
- Ingreso promedio mensual para el año 2017 fue de 538 dólares.
- Presenta una variación de disminución en ingresos del 20,8% con respecto al año 2016, debido a un factor externo.
- Las ventas potenciales se registran en los meses de febrero, mayo y diciembre.
- Factor de éxito en el emprendimiento es la innovación y creatividad del emprendedor.
- Las materias primas no representan un valor significativo por lo que tiene una ventaja debido a que recupera el costo de las mismas, la mayor inversión se encuentra en el tiempo de elaboración de cada uno de los adornos.

Rikolatte

- Este es un modelo de emprendimiento ya establecido, cuenta con 10 años en el mercado, en la elaboración de artesanías netamente manuales
- La tecnología utilizada se encuentra en la maquinaria y herramientas, para la elaboración de las artesanías.
- El monto de la inversión fue de \$60.000 este monto se encuentra en recuperación en la actualidad.
- Ingreso promedio mensual para el año 2017 fue de 1804,45 dólares.
- Presenta una variación de aumento en ingresos correspondiente al 18, 2% con respecto al año 2016, este porcentaje es relativamente bajo.
- La representante del negocio supo manifestar que existe demasiada competencia en lo que es el chocolate en la provincia.
- Las ventas de chocolate son inesperadas y cambian continuamente.
- Factor de éxito reconocido por la emprendedora es la calidad que mantiene en el chocolate a un precio competitivo en el mercado.
- A pesar de que el emprendimiento cuenta con un tiempo establecido en el mercado, se encuentra crecimiento y no llega a una fase de madurez.

- La visión de la emprendedora es adquirir una nueva maquinaria que le permita producir mayor cantidad de producto.

2. ¿Están gestionando inadecuadamente los factores de éxito los emprendedores lo que desencadenaría en una disminución en la capacidad de sostenibilidad en el mercado?

Ciertos factores de éxito en los emprendimientos se encuentran mal gestionados, referenciando lo desarrollado en la meso contextualización sobre las problemáticas en los artesanos de la provincia se puede apreciar que algunas de las condiciones no varían entre ellas tenemos: la informalidad al no poseer RUC ni llevar una contabilidad, los emprendedores no invierten en investigación, un bajo porcentaje ha recibido financiamiento, desencadenando en una falta de gestión empresarial.

- La parte de la población financiada correspondiente a 24 personas han requerido un crédito, el mismo que no ha tenido un destino adecuado, pero ¿por qué se da esto?, el financiamiento para productores en la provincia en un 85% viene de instituciones privadas esto se debe a que el artesano por su condición no es sujeto de crédito.
- En cuanto se refiere a que los objetivos del negocio, éstos no se desarrollan de manera completa, si no existe una visión de cambio en los factores mal gestionados, es posible que en el largo plazo se afecte a la sostenibilidad de los negocios, debido a que el éxito se basa en la planeación estratégica y se mide a través del logro de misión, visión y objetivos de la misma.
- Los beneficios económicos generados del emprendimiento en un 67% han ayudado a mejorar las condiciones de vida de manera moderada, esto es producto de un bajo nivel de producción que limita la competitividad y la capacidad para cumplir plazos y formas de pago.
- Con respecto al factor de innovación el emprendedor no prioriza en la inversión de tecnologías que puedan mejorar el negocio porque presenta incertidumbre ante el riesgo. Adicionalmente, el emprendedor carece de la iniciativa de diseño, por las pocas posibilidades de inversión.
- Los débiles conocimiento sobre marketing, gerencia estratégica, aspectos contables y financieros perjudican de manera significativa la sostenibilidad del negocio, a la vez hace que sea vulnerable en el mercado.

- La rentabilidad que no ha llegado a cubrir las expectativas del emprendedor se debe al desconocimiento de costos de producción, ya que no todos los emprendimientos llevan un registro de ventas, compras ni del tiempo invertido en la elaboración del producto.

4.2 Principales Resultados

4.2.1 Resultados Relevantes por Categoría de la Encuesta

Como antecedente a estos resultados se puede mencionar que el investigador desconocía como estaban gestionados los factores en cada uno de los emprendimientos apoyados por la corporación, es por ello que los resultados podían variar entre optimistas y pesimistas; aquí se mencionan las razones principales de los mismos.

Aspecto Personal

Uno de los principales motivos por que nacen los emprendimientos vinculados a la corporación, se debe a la necesidad económica, la mayoría de los entrevistados supieron manifestar que el año 2016 fue un año difícil y sin solvencia económica, el año 2017 sirvió para mejorar y salir de dicha crisis, al mismo tiempo se encuentran comprometidos con sus negocios dado que sus metas apenas han sido cumplidas de forma parcial y pretenden superar obstáculos y lograr las metas propuestas sobre todo al verlo desde el punto de vista intrapersonal ya que desean presentarse ante la sociedad como personas capaces de llevar a cabo diversas situaciones que les permitan crecer, a más de ellos su iniciativa corresponde a mejorar sus condiciones de manera moderada.

Aspecto Social

Todo emprendimiento al momento de ser creado tiene un fin económico para quien sea el propietario, simultáneamente tiene un segundo propósito el cual es poder contribuir a la sociedad un beneficio social es por ello que la mayor parte de los emprendimientos corresponden a dar empleo y mejorar la salud de las personas.

Aspecto Económico

Debido a la complejidad de no tener información numérica detallada se ha procedido a preguntar a los propietarios de los negocios percepciones sobre algunas variables, se

ha apelado a la experiencia que el negocio les ha brindado, por ello en su mayoría consideran que su negocio es medianamente rentable, y que el recurso que generó mayor productividad es la mano de obra.

Es importante destacar que los emprendedores en su mayoría han podido iniciar su negocio con un capital propio que va de 500 a 1000 dólares inicialmente, este dato sorprendió en la investigación puesto que apenas el 34% correspondiente a 24 personas han requerido financiamiento, este a su vez no se encuentra bien gestionado ya que en su mayoría se destina para pagar a proveedores, es decir acarrean deudas pasadas, y casi a la par ese financiamiento sirve para adquisición de maquinaria.

Más del 50% de los emprendedores no llevan un registro contable de sus compras, ni de las inversiones realizadas, pagos etc., es por ello que un gran número de emprendedores no llevan contabilidad en sus negocios, solo una minoría del grupo lleva registros de declaraciones.

Aspecto de Crecimiento

Un dato importante es que para el 64 % de los encuestados sus ventas van en aumento, en diversas variaciones dentro del rango del 30% al 50% o mayor a este, sin embargo al saber que este aumento se dió el año pasado(2017), los ingresos de los encuestados va entre 375 y 500 dólares, a esto se suma la inquietud de que a pesar de que las ventas aumentaron la mayor parte de personas no supera un sueldo básico como ingreso.

Continuando con los aspectos de crecimiento se indagó sobre la percepción de utilidad neta dando como resultado que estas van entre menos del 30% hasta un 40% debido a que los emprendimientos se encuentran desarrollándose y por lo general durante los 3 primeros años de vida del negocio lo que se busca es darse a conocer, generar impacto en el cliente y reinvertir en el negocio; otro de los puntos relevantes que la investigación arrojó es que el destino de los ingresos son para capital de trabajo un 32%, para consumo un 45% y para reinvertir un 23%, el momento que se está destinando un mayor porcentaje al consumo, no existe una gestión adecuada del factor dinero, ya que en su mayoría al ser emprendimientos nacientes, estos debería centrarse como capital o a su vez para reinversión, de hecho es un problema que la sociedad presenta que en el momento de tener dinero en sus manos lo destinan para cubrir con

deudas personales o gastos inesperados, dando como resultado así que se han generado unos beneficios poco satisfactorios, en su mayoría.

Aspectos de Innovación

Para poder evaluar la innovación se ha considerado que ésta sea básicamente en el producto es por ello que se evaluó etiqueta, empaque, presentaciones, estrategias de posicionamiento, resultando ser todos importantes casi en igual magnitud pero tiene un poco más de peso para el emprendedor contar con un etiquetado ya que esto representa la carta de presentación del producto sobre todo cuando es un alimento, hay que destacar que este debe tener lo necesario principalmente los requerimientos emitidos por Agencia de Control Sanitario (ARSA), en ese aspecto importante el emprendedor recibe asistencia de la agencia y se trabaja en identidad corporativa de un buen número de emprendimientos.

Por otro lado en la investigación se pudo identificar que no todos los emprendedores aplicaban lo que son las innovaciones, apenas un 10% de los emprendimientos lo hacen entre el 76 y 100% debido a diversas situaciones sobretodo económicas o por existir demasiados productos en un mismo emprendimiento.

Aspecto Tecnológico

Dentro de la evaluación tecnológica se ha decidido valorar las mejoras que se han realizado en la empresa, cabe mencionar que existen emprendimientos netamente artesanales pero al menos utilizan herramientas, es por ello que su mayor porcentaje de mejoras es destinado para las herramientas y la maquinaria, esto ha sido de gran utilidad para los negocios puesto que han facilitado el proceso de producción, pero sobretodo han contribuido para mejorar la calidad del producto.

Aspecto de Capacidades del Personal

El nivel de conocimiento que posee el personal en las actividades que desempeña en un 51% es alto debido a la instrucción de carácter académico que poseen o a su vez en la actualidad ha sido especializado por el emprendedor que ha buscado superarse y asiste a capacitaciones constantes de instituciones que apoyan este tipo de iniciativas, sin embargo se pretende mejorar estas condiciones por parte de los emprendedores ya que la diferencia de porcentaje, es decir el 49% menciona que es medio, esto se debe a que su conocimiento en una mayor proporción es de carácter empírico; han sabido

manifestar que éste es de carácter ancestral para la actividad que desarrollan y que en la actualidad este es perfeccionado con cursos que dictan instituciones particulares, pero no se encuentran al alcance económico del emprendedor.

4.2.2 Limitaciones del Estudio

- La presente investigación se ha visto limitada en información financiera por parte de los señores emprendedores debido a que en su mayoría son personas calificadas como artesanos por la Junta de Defensa del Artesano JDA, también porque sus obligaciones con el Servicio de Rentas Internas SRI los categoriza como “personas no obligadas a llevar contabilidad”.
- A más de ello en su mayoría son negocios que tienen de 1 a 3 años de vida en el mercado, es decir son micro emprendimientos y se encuentran en proceso de introducción y crecimiento.
- Existe muy poca información en cuanto a datos estadísticos ya que no se pudo obtener las declaraciones de emprendedores que no son obligados a llevar contabilidad por ser datos confidenciales.

4.3 Conclusiones

- Mediante la investigación se pudo evidenciar que no todos los factores de éxito de los emprendimientos están siendo bien gestionados, ya que más del 50% del estudio revela datos negativos que afectan directamente al negocio, esto en el largo plazo puede provocar bajas ganancias que pueden llevar al cierre del negocio.
- Se concluye que al analizar los factores críticos de éxito en los emprendimientos aquellos que se encuentran más afectados son los siguientes: débil planificación estratégica, los emprendimientos no se encuentran redituando las ganancias esperadas, el financiamiento no es destinado correctamente, informalidad en el emprendimiento no llevan contabilidad, bajo nivel de ventas, el emprendedor no destina ningún porcentaje de dinero al

ahorro, el producto no alcanza un nivel de innovación como para que tenga impacto en el mercado, el conocimiento del emprendedor en su mayoría es alto pero de carácter empírico, por último débiles conocimientos en marketing, gerencia estratégica y aspectos básicos contables sobre costos de producción.

- Se concluye que los emprendimientos no pueden ser sostenibles si no cuentan con las condiciones necesarias que les permitan crecer. El 37% de éstos se encuentran en una etapa de introducción en donde no se ven reflejadas aún ganancias, priorizan en el crecimiento del emprendimiento. Mientras un 33% son negocios que poseen más de 5 años de vida en el mercado y tienen factores propios del emprendimiento que les han permitido mantenerse en el mercado.

4.4 Recomendaciones (propuesta)

- Se recomienda centrarse en el cumplimiento de los objetivos planteados por los emprendedores en el negocio, debido a que los mismos se enfocan en cumplir un cierto nivel de ventas o a su vez llegar a abrir más mercado para el producto.
- Se recomienda socializar los resultados de la investigación con los beneficiarios (emprendedores) a fin de que puedan diagnosticar que factores de éxito son los que están gestionando mal según su tipo de emprendimiento.
- Para que un emprendimiento pueda crecer necesita definir cambios que beneficien al cliente como al productor; para ello existen un sin número de estrategias de diferente carácter como son administrativas, contables financieras, de innovación, marketing entre otras.

Tabla 36. Operacionalización de la Propuesta

# Preg	Objetivo	% Cumplimiento	% Incumpleto.	% Total	Antecedentes	Estrategias a Seguir	Contenido de la Estrategia	Aplicar	Evitar
4	Cumplir con las metas y objetivos de forma completa.	31	69	100	Uno de los resultados de la investigación determinó que 47 emprendedores poseen conocimiento regular y bueno sobre gerencia estratégica	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer una correcta planeación estratégica para el negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis del Entorno • Misión, Visión • Objetivos • Plan de Acción 	<ul style="list-style-type: none"> • Emprendimientos en curso que no cuenten con planeación estratégica, como a los nuevos proyectos de negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis superficial de los elementos y planificaciones netamente cualitativas
					Los objetivos planteados por el emprendedor por lo general están dirigidos a aumentar las ventas	<ul style="list-style-type: none"> • Método Elevator Pitch 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación personal • Storytelling • Datos impactantes • Nombre del producto • ¿Qué hace ? • ¿Para qué sirve ? • ¿Cuál es su oportunidad ? • Diferenciador • Costo del producto 	<ul style="list-style-type: none"> • Despertar el interés del cliente aprovechando la oportunidad de atractivo que vió en el producto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Situación incómoda de expresar ideas y no concretar la venta del producto.

# Preg.	Objetivo	% Cumplimiento	% Incumpleto.	% Total	Antecedentes	Estrategias a Seguir	Contenido de la Estrategia	Aplicar	Evitar
5	Los beneficios percibidos deben mejorar las condiciones de vida en gran medida.	33	67	100	En su mayoría las condiciones de vida de los emprendedores es moderada .	•Realizar un análisis previo de la situación del emprendimiento.	•Análisis FODA	<p>Fortalezas <u>Valor Agregado</u></p> <ul style="list-style-type: none"> •Recursos con los que cuenta la empresa •Buenos salarios •Conocimiento del mercado <p>Oportunidades <u>Factores positivos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> •Poca competencia •Mercado desatendido 	<p>Amenazas <u>Situación del entorno que atenta contra la organización</u></p> <ul style="list-style-type: none"> •Cambio en la legislación •Conflictos sectoriales <p>Debilidades <u>Factores desfavorables</u></p> <ul style="list-style-type: none"> •Equipo viejos •Poco personal •Poca innovación
9	Promover un mayor financiamiento para que los negocios puedan crecer y mejorar su rentabilidad.	31	69	100	<p>Apenas 24 personas han requerido financiamiento. El destino del crédito principalmente fue para proveedores (preg. 12).</p> <p>32 emprendedores perciben entre un salario básico y 500 dólares (preg. 15)</p>	•Buscar crédito para mejorar el negocio: (Activos fijos, materias primas, equipamientos y otros.) (ANEXO 5, 6)	<p>Estudio Financiero</p> <ul style="list-style-type: none"> •Costo y Financiamiento del Proyecto • Destino del Crédito • Detalle de Inversiones Existentes • Análisis Financiero del Proyecto 	<ul style="list-style-type: none"> •Activos Fijos Tangibles •Activos Fijos Intangibles •Capital de Trabajo 	Liquidar crédito con otro crédito porque con el tiempo, la deuda crece y podría convertirse en un problema mayor.

# Preg.	Objetivo	% Cumplimiento	% Incumpleto.	% Total	Antecedentes	Estrategias a Seguir	Contenido de la Estrategia	Aplicar	Evitar
13	Lograr que los emprendimientos formalicen su actividad y se encuentren legalmente establecidos.	34	66	100	Muchos de los emprendimientos comercializan de manera informal .	<ul style="list-style-type: none"> • Aspectos Administrativos del negocio 	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura legal • Organigrama (perspectiva de crecimiento) • Funciones y Responsabilidades 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer responsabilidad y autoridad • Organiza y divide el trabajo • Cada trabajador conoce donde esta ubicado • Un organigrama necesita un manual de funciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Procrastinación (retrasar actividades que deben atenderse con prioridad).
					La mayor parte de los emprendimientos no llevan contabilidad .	<ul style="list-style-type: none"> • Seguir el plan de obligaciones tributarias del SRI 	<ul style="list-style-type: none"> • Categorizarse según el tipo de contribuyente: Persona natural o sociedad • Inscripción en el RUC • Emisión de comprobantes • Declaración de Impuestos • Pago de impuestos 	<ul style="list-style-type: none"> • Es imprescindible también que investigue sobre los impuestos para la producción y comercialización de productos, así como las exenciones, si las hubiera, y los requisitos legales mínimos para operar (RUC, patentes, permisos). Se sugiere investigar en el Sistema de Rentas Internas SRI. 	<ul style="list-style-type: none"> • Evadir impuestos
14	Aumentar el porcentaje de ventas.	29	71	100	Un alto porcentaje demostró que los emprendimientos fueron creados por necesidad económica , no poseen un estudio previo. (preg.3)	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un análisis de mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar necesidades • Permite anticiparse a los deseos del consumidor • Crea acciones y procesos • Entrega valor a los clientes • Busca estrategias y herramientas 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de Demanda • Análisis de Oferta • Determinar la demanda Insatisfecha 	<ul style="list-style-type: none"> • Selección erróneamente el target del negocio

# Preg.	Objetivo	% Cumplimiento	% Incumpleto.	% Total	Antecedentes	Estrategias a Seguir	Contenido de la Estrategia	Aplicar	Evitar
17	Destinar un porcentaje de ingresos al ahorro	0	100	100	Los emprendedores no destinan un valor de sus ganancias para el ahorro.	•Plan de Ahorro (ANEXO 7)	<ul style="list-style-type: none"> •Establecer prioridades y proponerse metas específicas y realizables en un período de tiempo determinado •Aprender a vivir con lo que se tiene 	<ul style="list-style-type: none"> •¿Cuánto cuesta cumplir cada meta? •¿Cuánto dinero tiene disponible en este momento? •¿Cuánto tiene que ahorrar? •¿En cuánto tiempo piensa cumplir esa meta? •¿Cuánto tiene que ahorrar periódicamente? •¿Qué estrategia va a utilizar para ahorrar? •Lleve las cuentas de sus ahorros. 	<ul style="list-style-type: none"> •Compras por impulso. •Usar siempre tarjetas de crédito. •Endeudarse por encima de su nivel máximo de endeudamiento. •Gastos mayores a los ingresos
19	Lograr que los beneficios del emprendimiento sean satisfactorios.	47	53	100	Los conocimientos en marketing son de carácter regular en el emprendedor	•Aplicar las 7'ps del marketing	<ul style="list-style-type: none"> •Producto •Precio •Plaza •Promoción •Personas •Proceso •Posicionamiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Debe evolucionar con las necesidades del cliente •Descuentos, ofertas y servicios adicionales •E-commerce •Publicidad •Buen trato al cliente •Entrevista de satisfacción al cliente •Lugar distintivo en la mente del consumidor. 	Hacer análisis superficiales o que no vayan de acuerdo con la realidad del sector.

# Preg.	Objetivo	% Cumplimiento	% Incumpleto.	% Total	Antecedentes	Estrategias a Seguir	Contenido de la Estrategia	Aplicar	Evitar
20.1	Mejorar innovación del producto.	10	90	100	Los emprendedores vinculados a la corporación se caracterizan por tener productos con un valor agregado.	•Mejora de características básicas del producto	•Manual de Identidad Corporativa (Logotipo, colores, tipografía, papelería básica). •Packaging	Conocimientos técnicos para obtener nuevos productos, materiales y procesos (I+ d).	•Poseer una débil identidad visual corporativa •Que la mejora produzca un cambio significativo en el precio final del producto.
24	Superar el nivel de conocimiento tecnificado del personal	46	54	100	Solo el 51% de los emprendedores poseen un conocimiento alto (preg. 23)	•Asistencia técnica por parte de las diversas instituciones apoyan a los productores	Asesoría al Empresario Programas de Educación Financiera Programas de desarrollo de capacidades	•A los diferentes ámbitos de aprendizaje •Los conocimientos adquiridos en el negocio.	• Conocimiento netamente empíricos
25	Aplicar una contabilidad básica a cada uno de los negocios (ANEXO 2)	10	90	100	Es importante determinar y cuantificar cuánto cuesta elaborar el producto para definir si al final del ejercicio se obtuvo una ganancia o pérdida (ANEXO 3)	•Presupuesto para el negocio	Tener claro definiciones de: •Ingresos, •Costos y •Gastos (ANEXO 4 B)	•Procurar invertir las ganancias del negocio en activos que generen beneficios a futuro.	•Evitar generar gastos innecesarios o que sean de carácter secundario en el negocio
						•Sistema de Control de Inventarios Permanente (Promedio Ponderado)	Tarjeta de control KARDEX •Existencias •Entradas •Salidas •Devoluciones	•Mediante un software contable •A cada uno de los productos que ofertan los emprendedores	•Tener productos sin categorizar y cuantificar
						•Elaborar informes anuales del negocio	Aplicar Estados de Situación Financiera Básicos (ANEXO 4)	Activo - Pasivo= Patrimonio Ingresos - Gastos= Utilidad Datos reales y verídicos	•Información subjetiva

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Referencias Bibliográficas

- Alcaraz, R. (2011). *El emprendedor de éxito* (Cuarta ed.). México D.F.: McGraw Hill Companies, Inc.
- Alonso, M. (14 de Marzo de 2017). *Promonet Comunicaciones S. L.* Obtenido de Gestion. Org Web site: <https://www.gestion.org/economia-empresa/3359/factores-economicos-en-la-empresa/>
- Aragón, A., & Rubio, A. (2005). Factores explicativos del éxito competitivo: el caso de las PyMEs del Estado de Veracruz. *Contaduría y Administración* (216), 35-69.
- Asamblea Nacional Constituyente . (2008). Constitución de la República de Ecuador .
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). Constitución Política de la República del Ecuador.
- Asamblea Nacional . (2016). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones
- Arroba, H. (2017). “El emprendimiento de las pequeñas y medianas empresas comercializadoras y el desarrollo económico del cantón Puyo provincia de Pastaza”.
- Cabrejos, J. (2003). Costo de Capital. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNMSM*, 165-175. Obtenido de <http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/economia/22/a09.pdf>
- EKOS. (2015). *Emprendimiento en Ecuador*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/1133.pdf>
- EL TELÉGRAFO. (16 de Abril de 2018). *DESDE CERO La revista del emprendedor*(22), 36. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/nuestras-revistas/desde-cero/5245-16-de-abril-de-2018/file>
- Eyssautier, M. (2006). *Metodología de la Investigación* (Quinta ed.). Mexico: Thomson Learning, Inc.
- Fierro, Á. (2011). *Contabilidad General* (Cuarta ed.). Bogotá, Colombia: ECOE Ediciones.
- Flores, I., Flores, R., & Aguilar, J. (2013). La Teoría del Conocimiento y la Epistemología de la Administración. *Xikua*. Obtenido de <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n1/index.html>
- Fuentelsaz, L., & González, C. (2015). El fracaso emprendedor a través de las instituciones y la calidad del emprendimiento. *Universia Business Review*, 64-81.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor 2016*. Obtenido de <http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2017/06/ReporteGEM2016.pdf>
- Guajardo, G., & Andrade, N. (2008). *Contabilidad Financiera* (Quinta ed.). México D. F., México : Mc Graw Hill.
- Gutiérrez, H. (2010). *Calidad Total y Productividad* (Tercera ed.). México D.F., México: McGraw Hill Interamericana Editores S.A.
- Hernández, H. (2011). La gestión empresarial, un enfoque del siglo XX, desde las teorías científica, funcional, burocrática, y de relaciones humanas. *Escenarios*, IX(1), 38-51.

- Hernández, J., Yescas, M., & Dominguez, M. (2007). Factores de éxito en los negocios de artesanía en Mexico. *Estudios Gerenciales*, 23(104), 77-99.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación* (Quinta ed.). México D.F., México: McGRAW HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Hernández, R., Fernández, C., & Bautista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D. F.: Mc Graw Hill.
- Honorable Gobierno Provincial de Tunguragua. (2014). *Artesanías* (Primera ed.). Ambato.
- INEC. (2016). *Directorio de Empresas y Establecimientos*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2016/Principales_Resultados_DIEE_2016.pdf
- Kerfant, A. (2017). *Crear mi Empresa*. Obtenido de <https://crearmiempresa.es/la-diferencia-entre-una-idea-de-negocio-y-una-oportunidad-de-negocio.html>
- Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X., Samaniego, A., & Zambrano, J. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador*. ESPAE Graduate School of Management. Guayaquil: Offset Abad.
- Lerma, A., Valdés, L., Martín, M., Castro, A., Flores, M., Martínez, H., . . . Raya, M. (2007). *Liderazgo Emprendedor*. México D. F.: Pearson Education.
- LÍDERES. (2018). *El Comercio*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/empresas-integran-responsabilidad-social-corporativa.html>
- LOEPS. (2011). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*. Quito. Obtenido de <http://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/Ley%20Orga%CC%81nica%20de%20Economi%CC%81a%20Popular%20y%20Solidaria.pdf/0836bc47-bf63-4aa0-b945-b94479a84ca1>
- Luna, C. (2016). *Efectivo Blog*. Obtenido de <http://www.prensalibre.com/Economia/Blogs/Efectivo/Capacidades-que-todo-emprendedor-debe-desarrollar>
- Maldonado, B., Lara, G., & Maya, A. (2018). Actividad Emprendedora y Competitividad en el Ecuador. *Revista Global de Negocios*, 29-44.
- Manso, J. (2002). El Legado de Frederick Irving Herzberg. *EAFIT*(128), 79-86. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/215/21512808.pdf>
- Morán, G., & Alvarado, D. (2010). *Métodos de Investigación* (Primera ed.). México D. F.: Pearson Educación de Mexico, S.A.
- Porter, M. (2008). *Estrategia Competitiva*. México: Grupo Editorial Patria.
- Prieto, C. (2014). *Emprendimiento Conceptos y plan de negocios*. Mexico D.F.: PEARSON EDUCACIÓN.
- Ramos, C. (2015). Los Paradigmas de la Investigación. *ResearchGate*, 8-17. Obtenido de <https://www.researchgate.net/publication/282731622>

- Reeve, J. (2010). *Motivación y Emoción* (Quinta ed.). México D.F., México: McGraw Hill Interamericana Editores S.A.
- Riveros, M. (2015). *Para alcanzar el éxito*. México, México: Trillas S.A.
- Robbins, S., & De Cenzo, D. (1996). *Fundamentos Administración ; Conceptos y aplicaciones* (Primera ed.). México D. F.: Prentice Hall Hispanoamérica S.A.
- Rodriguez, J. (2006). *Dirección Moderna de Organizaciones*. México D.F.: International Thomson Editores, S.A.
- Rubio, A., & Aragón, A. (2002). Factores explicativos del éxito competitivo. Un estudio empírico en la pyme. *Cuadernos de Gestión*, 49-63.
- Rubio, P. (2008). *Introducción a la Gestión Empresarial*. Madrid: IE. Obtenido de http://www.adizesca.com/site/assets/g-introduccion_a_la_gestion_empresarial-pr.pdf
- Scali, J., & Tapia, G. (2012). *Tablero de Comando en las PyMEs* (Primera ed.). México D. F., México: Alfaomega Grupo Editor.
- Schnarch, A. (2005). *Desarrollo de nuevos productos Como crear y lanzar con éxito nuevos productos y servicios al mercado*. Bogotá, Colombia : Mc Graw Hill Interamericana, S.A.
- SENPLADES. (2015). *Agenda Zonal- Zona 3* . Quito. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/Agenda-zona-3.pdf>
- Silva, J. (2008). *Emprendedor, crea su propia empresa*. Colombia: Alfaomega Colombiana S.A.
- Ucha, F. (4 de Mayo de 2011). *Definición ABC*. Obtenido de www.definicionabc.com/economia/gestion-empresarial.php
- UTI, U. T. (2008). La Empresa y su Entorno. *Cinco Dias*, 10-29.
- Vadillo, S. (2011). *Empresas Exitosas, Personas Exitosas: Secretos de la empresa triunfadora*. México D.F.: Trillas.
- Villegas, G. (2005). Gestión por Factores Críticos de Éxito. *Revista EAFIT*, 1-26. Obtenido de <http://web.archive.org/web/20030205200444/www.eafit.edu.co/revista/105/villega.html>
- Vilcacundo, A. (2014). “ La innovación tecnológica como factor de competitividad en las pequeñas y medianas empresas manufactureras del cantón Ambato.
- Zapata, P. (2015). *Contabilidad de Costos Herramientas para la toma de decisiones*. Bogotá, Colombia: Alfaomega Colombiana S.A.

ANEXOS

ANEXO N° 1. Encuesta a los Emprendedores



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE INGENIERÍA FINANCIERA



Encuesta

DIRIGIDO A

- Emprendedores vinculados a CorpoAmbato

MOTIVACIÓN

- Es importante obtener información valiosa y confiable, la misma que será confidencial y utilizada estrictamente para fines académicos.

INSTRUCCIONES:

- Sírvase a completar la siguiente encuesta objetivamente
- Marque con una X la respuesta que considere correcta

DATOS INFORMATIVOS

Género: Masculino Femenino

Tiempo de vida en el mercado:

Menor a 1 año 1 a 3 años 3 a 5 años 5 o más años

Categoría:.....

CUESTIONARIO

PERSONAL

1. Al momento de crear su emprendimiento ¿cuál fue el motivo personal que lo impulsó?

- a) Necesidad de logro y superación
 b) Necesidad económica
 c) Necesidad de independencia

2. ¿En qué medida ha logrado cumplir las metas que estableció como objetivo anual?

- a) Completamente
 b) Forma Parcial
 c) No ha logrado alcanzar ninguno de los objetivos

3. ¿En qué medida los beneficios económicos que percibe de su emprendimiento han ayudado a mejorar las condiciones de vida actual?

- a) En gran medida
 b) Moderadamente
 c) Nada

SOCIAL

4. ¿En que beneficia su emprendimiento a la sociedad?

- a) Empleabilidad
 b) Desarrollo del sector
 c) Desarrollo de la provincia
 d) Mejorar la salud

ECONÓMICOS

5. **¿En qué medida considera que su empresa es rentable?**
- a) Altamente rentable
 b) Medianamente rentable
 c) Nada rentable

6. **¿Qué recurso es el que generó mayor productividad?**
- a) Mano de obra
 b) Recursos Económicos
 c) Recursos Tecnológicos

FINANCIERO / CONTABLE

7. **El capital con el que desenvuelve su negocio es:**
- a) Propio
 b) Financiado
 c) Aportes familiares

8. **El capital inicial para su emprendimiento fue:**
- a) 500 a 1000 dólares
 b) 1000 a 2000 dólares
 c) 2000 a 3000 dólares
 d) 3000 dólares en adelante

9. **Para el crecimiento de su micro emprendimiento ha tenido acceso a fuentes de financiamiento?**
- a) Todas las ocasiones que se ha requerido
 b) En la mayoría
 c) Pocas
 d) No he requerido financiamiento aún

10. **A qué asigna el dinero que obtuvo del financiamiento/ :**

- a) Activos: Maquinaria Equipos de oficina Infraestructura M. Prima
b) Pasivos: Proveedores Crédito C/P Salarios atrasados

11. **Su emprendimiento lleva contabilidad como base para los impuestos?**
- a) Si
 b) No

DE CRECIMIENTO

12. **Al hacer un análisis comparativo del transcurso de vida de su emprendimiento en que porcentaje han aumentado las ventas?**
- a) 10% a 30%
 b) 30% a 50%
 c) mayor al 50%
 d) No han aumentado, se ha mantenido

13. **¿Cuál fue su ingreso mensual promedio percibido en el año 2017 proveniente de esta actividad?**
- a) 375 a 500 dólares
 b) 500 a 750 dólares

- c) 750 a 1000 dólares
- d) más de 1000 dólares

14. ¿De este ingreso que porcentaje corresponde a la utilidad neta?

- a) menos del 30%
- b) 30% al 40%
- c) 40% al 50%
- d) mayor al 50%

15. ¿Cuál es el destino de los ingresos percibidos?

- a) Capital de trabajo
- b) Consumo
- c) Los re-invierte en el negocio
- d) Inversión a plazo fijo

16. ¿Cuál es el número de personas con el que cuenta su emprendimiento?

- a) 1-3
- b) 4-6
- c) 7-9
- d) igual o mayor a 10

17. ¿Considera que los beneficios que el negocio generó son:

- a) Satisfactorios
- b) Poco satisfactorios
- c) Nada satisfactorios

CAPACIDAD DE INNOVACIÓN

18. ¿Qué mejoras cree que son importantes para el producto? Qué porcentaje Ud. aplica de estas mejoras a sus productos?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> a) Etiqueta | <input type="checkbox"/> a) 1% al 25% |
| <input type="checkbox"/> b) Empaque | <input type="checkbox"/> b) 26% al 50% |
| <input type="checkbox"/> c) Presentaciones | <input type="checkbox"/> c) 51% al 75% |
| <input type="checkbox"/> d) Estrategias de posicionamiento | <input type="checkbox"/> d) 76% al 100% |
| <input type="checkbox"/> e) Las mejoras en innovación no son necesarias para el producto | |

TECNOLOGÍA

19. ¿Qué parte de su empresa fue mejorada tecnológicamente?

- a) Herramientas
- b) Maquinaria
- c) Equipos de computo
- d) Infraestructura

20. ¿Cuál ha sido el comportamiento en el último año al mejorar tecnológicamente?

- a) Reducción en tiempos de producción
- b) Optimización de recursos
- c) Mejora en la calidad del producto

CAPACIDADES DEL PERSONAL

21. ¿Qué nivel de conocimiento posee su personal en las actividades que desarrolla?

- a) Alto
- b) Medio
- c) Bajo

22. El conocimiento que posee el personal es de carácter

- a) Tecnificado
- b) Empírico

23. Califique su nivel de competencia en los siguientes aspectos (siendo 5 dominio - 1 nada competente)

Variable	Puntuación
a)Gestión Estratégica	
b)Marketing	
c)Producción	
d)Aspectos Contables y Financieros	
e)Aspectos Legales	
f)Internacionalización del producto	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N° 2. Diapositivas básicas de costos para capacitación de emprendedores



CorpoAmbato

COSTOS BÁSICOS PARA ARTESANOS

JESSENIA VALLEJO



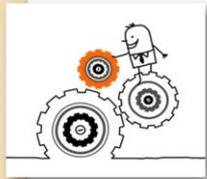
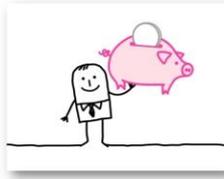
Costos:

Desembolso económico que representa la fabricación de un producto



Precio de venta :

Costo + % margen de utilidad

Procesos

Conjunto de fases

Entradas → Procesos → Salidas

- Maquinaria
- Mano de obra






Fuente: Investigación

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

ANEXO N° 3. Hoja de Costos Emprendimiento Ecovié

Ejemplo basado en los costos reales para la elaboración de shampoo para el cabello el cual no posee sal y está elaborado a base de cabuya de manera artesanal. La propietaria tiene cuatro presentaciones: 1 lt, 750ml, 500ml, 250ml. Los costos varían dependiendo del tamaño de la presentación y del valor de cada uno de los materiales que se elabore como son papaya, manzanilla, aloe vera, miel de abeja y romero. La plantilla está elaborada en una hoja de cálculo en excel.

HOJA DE COSTO EMPRESA "ECO VIE"

PRODUCTO: "SHAMPOO NATURAL DE ROMERO" " Unidad de 1 litro



MATERIALES DIRECTOS

DETALLE	UNIDAD	COSTO UNITARIO	CANTIDAD POR PRODUCTO	COSTO POR PRODUCTO
Gel de Cabuya	kg	\$2,80	0,15	\$0,42
Penca de Sábila	unidad	\$0,50	0,33	\$0,17
Aceite de KD	kg	\$5,00	0,05	\$0,25

Agua	m3	\$0,35	0,00	\$0,02
			TOTAL	\$0,86

MATERIALES INDIRECTOS

DETALLE	UNIDAD	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO POR PRODUCTO
Aceite de Oliva	kg	\$19,50	0,03	\$0,585
Extracto romero	Onza	\$1,50	0,50	\$0,750
Miel de Abeja	litro	\$6,00	0,03	\$0,182
Colorante	Onza	\$1,50	0,01	\$0,015
Limón	Unidad	\$0,05	1,00	\$0,050
Yema de Huevo	Unidad	\$0,14	1,00	\$0,140
Etiquetas	Unidad	\$0,12	1,00	\$0,120
Envases	Unidad	\$1,00	1,00	\$1,000
			TOTAL	\$2,842

SUMINISTROS Y SERVICIOS

Item	Unidad	Costo Unitario	Cantidad	Consumo Mensual	Consumo (1unidad=1 litros)
Energía eléctrica					0,01
Agua					0,01
Gas	Cilindro	\$3,00	0,5	1,50	0,0625
				TOTAL	0,083

MANO DE OBRA

Detalle	Costo Hora	\$0,00	Costo unidad 1 l
Obrero	2,14	\$0,75	\$1,61

COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCIÓN POR ENVASE 1000ML ROMERO	
Mano de obra directa	\$ 1,61
Materiales directos	\$ 0,86
Subtotal	\$ 2,46
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION	
Costos que representan desembolso:	
Mano de obra indirecta	\$ -
Materiales indirectos	\$ 2,84
Suministros y servicios	\$ 0,08
Parcial	\$ 2,92
Costos que no representan desembolso:	
Depreciaciones	0,05
Subtotal	\$ 2,97
TOTAL COSTOS POR PRODUCTO.	\$ 5,44

Valor por Menor (1 a 5 unidades)

Costo de Producto	\$ 5,44
-------------------	---------

Utilidad 40%	\$	2,18
PVP sugerido Producto.	\$	7,61

Valor por Mayor (6 a 11 unidades)

Costo de Producto	\$	5,44
Utilidad 35%	\$	1,90
PVP sugerido Producto.	\$	7,34

Valor por Mayor(12 unidades en adelante)

Costo de Producto	\$	5,44
Utilidad 30%	\$	1,63
PVP sugerido Producto.	\$	7,07

Fuente: Propietaria Emprendimiento Ecovié

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

Nota: cada una de las presentaciones tienen valores diferentes puesto que varían los materiales indirectos (envases y etiquetas), y la mano de obra (tiempo de elaboración).

ANEXO N° 4. Estados Financieros Básicos del emprendedor

- a) **Estado De Situación Financiera:** muestra con referencia a una fecha determinada, los datos resumidos de sus Activos, los Pasivos; y el Patrimonio.(Activo - Pasivo = Patrimonio)

**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
DE 01 DE ENERO AL 31 DICIEMBRE DE 2017
EXPRESADO EN DÓLARES AMERICANOS**

ACTIVOS	
ACTIVO CORRIENTE	VALOR
CAJA BANCOS	\$ 1.560,00
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	\$ 600,00
INVENTARIOS	
Producto terminado	\$ -
Productos en proceso	\$ -
Materias primas	\$ 3.600,00
Materiales y suministros	\$ -
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 5.760,00
ACTIVO FIJO	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 4.000,00
MAQUINARIA, EQUIPO E INSTALACIONES	\$ 8.000,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	\$ 900,00
VEHÍCULOS, EQUIPO DE TRANSPORTE	\$ 14.000,00
HERRAMIENTAS E INSTRUMENTOS DE TRABAJO	\$ 1.200,00
SUBTOTAL ACTIVOS FIJOS NETOS	\$ 28.100,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 33.860,00

PASIVOS	
PASIVO CORRIENTE	
Deudas Bancarias	\$ 2.500,00
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR (PROVEEDORES)	
Proveedor 1	\$ 200,00
Proveedor 2	\$ 1.600,00
Otras cuentas por pagar	\$ 800,00
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 5.100,00
PASIVOS A LARGO PLAZO	
Banco XX	\$ 5.000,00
SUBTOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	\$ 5.000,00
TOTAL PASIVO	\$ 10.100,00
PATRIMONIO	\$ 23.760,00
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 33.860,00

GERENTE PROPIETARIO

Fuente: Corporación Financiera Nacional(2018)

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

- b) **Estado de Resultados Integral:** conocido también como Estado de Resultados es un informe financiero que refleja la rentabilidad de la empresa durante un período determinado, es decir, las ganancias y/o pérdidas que la empresa obtuvo o espera tener.

**ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL
DE 01 DE ENERO AL 31 DICIEMBRE DE 2017
EXPRESADO EN DÓLARES AMERICANOS**

VENTAS	\$ 14.000,00
Costo de Ventas	\$ (6.390,00)
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 7.610,00
Gastos de Ventas	\$ (980,00)
Gastos de Administración	\$ (1.200,00)
UTILIDAD EN OPERACIÓN	\$ 5.430,00
Ingresos Financieros	\$ 1.000,00
Gastos Financieros	\$ (500,00)
Otros Gastos	\$ (300,00)
UTILIDAD ANTES DE IMP. Y PART.	\$ 5.630,00
Participación Trabajadores	\$ 844,50
Impuesto a la Renta	\$ 155,00
UTILIDAD NETA	\$ 4.630,50

GERENTE PROPIETARIO

Fuente: Corporación Financiera Nacional (2018)

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

ANEXO N° 5. Plan de Inversiones

- c) **Plan de Inversiones:** Todo proyecto o negocio requiere de la adquisición y/o aportación de una serie de recursos para ponerlo en funcionamiento. Dichos recursos dependen de las características y tamaño de la empresa

PLAN DE INVERSIONES			
RUBRO	PROYECTO	FINANCIAMIENTO	
		CRÉDITO CFN	APORTE CLIENTE
ACTIVOS FIJOS TANGIBLES			
Terreno	50,000.00		50,000.00
Construcciones	100,000.00	90,000.00	10,000.00
Maquinaria	25,000.00	25,000.00	
Vehículo	12,000.00	12,000.00	
Total Activo Fijo Tangible	187,000.00	127,000.00	60,000.00
ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES			
Registro Sanitario	2,500.00		2,500.00
Total Activo Fijo Intangible			
CAPITAL DE TRABAJO			
Operativo	4,000.00		4,000.00
De Administración y Ventas	1,500.00		1,500.00
Total Capital de Trabajo	5,500.00		5,500.00
TOTAL	195,000.00	127,000.00	68,000.00
PORCENTAJE	100%	65.13%	34.87%

Fuente: Corporación Financiera Nacional (2018)

Elaborado por: Corporación Financiera Nacional (2018)

ANEXO N° 6. Flujo de Caja

Flujo de caja: Es un informe financiero que presenta un detalle pormenorizado de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa o negocio en un

determinado período. Es importante considerar que los valores que se registren deben ser provenientes de la actividad que se va a financiar, constituye un indicador importante de la liquidez del negocio. El flujo de caja permite analizar la viabilidad de un proyecto de inversión.

FLUJO DE CAJA

	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Ingreso por ventas	\$ -	\$ 700,00	\$ 1.200,00
Total de Ingresos	\$ -	\$ 700,00	\$ 1.200,00
Materia prima	\$ 100,00	\$ 200,00	\$ 300,00
Herramientas	\$ 200,00	\$ -	\$ -
Mano de Obra	\$ 200,00	\$ 300,00	\$ 350,00
Total de Egresos	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 650,00
Saldo (ingresos -Egresos)	\$ (500,00)	\$ 200,00	\$ 550,00
Saldo acumulado	\$ (500,00)	\$ (300,00)	\$ 250,00

Fuente: Corporación Financiera Nacional (2018)

Elaborado por: Vallejo J. (2018)

ANEXO N° 7. Plan de Ahorro

Meta:	Comprar un computador
	
Período de tiempo:	10 meses
Costo de la meta:	\$ 1.500,00
Ahorrado:	\$ 500,00
Por Ahorrar:	\$ 1.000,00
Ahorro mensual:	\$ 100,00
ACCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Todos los meses, mi banco hará un débito automático de mi cuenta de ahorros. • Reducir el número de salidas a comer.

Fuente: Corporación Financiera Nacional (2018)

Elaborado por: Vallejo J. (2018)