



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

**Trabajo de Titulación Previo a la Obtención del Título de Magíster en
Administración de Empresas**

Causas para el emprendimiento de medianas empresas.

Jhonny Patricio Barrionuevo Cox

Karina Elizabeth Paillacho Alquina

Quito, octubre de 2020

Causas para el emprendimiento de medianas empresas

Por

Jhonny Barrionuevo

Karina Elizabeth Paillacho Alquina

Octubre, 2020

Aprobado:

Mgtr. María B. Castillo Q. PhD. Tutor

Ing. Diego F. Cardona M. MSc. PhD. Presidente del Tribunal

Fernando X. Naranjo G. MSc. Miembro del Tribunal

Christian E. Dávila L. Mgtr. Miembro del Tribunal

Aceptado y Firmado: _____ 28, 10, 2020
Mgtr. María B. Castillo Q. PhD.

Aceptado y Firmado: _____ 28, 10, 2020
Fernando X. Naranjo G. MSc.

Aceptado y Firmado: _____ 28, 10, 2020
Christian E. Dávila L. Mgtr.

_____ 28, 10, 2020

Ing. Diego F. Cardona M. MSc. PhD.
Presidente del Tribunal
Universidad Internacional del Ecuador

Autoría del Trabajo de Titulación


Nosotros, Jhonny Patricio Barrionuevo Cox y Karina Elizabeth Paillacho

Alquinga declaramos bajo juramento que el trabajo de titulación titulado **Causas para el emprendimiento de medianas empresas** es de nuestra autoría y exclusiva responsabilidad legal y académica; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional, habiéndose citado las fuentes correspondientes y respetando las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.



Jhonny Patricio Barrionuevo Cox

Correo electrónico: jhonny_02@hotmail.com



Karina Elizabeth Paillacho Alquinga

Correo electrónico: Karina.paillacho@uide.edu.ec

Autorización de Derechos de Propiedad Intelectual

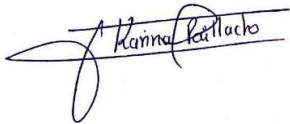
Nosotros, Jhonny Patricio Barrionuevo Cox y Karina Elizabeth Paillacho Alquina, en calidad de autores del trabajo de investigación titulado Causas para el emprendimiento de medianas empresas, autorizamos a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE) para hacer uso de todos los contenidos que nos pertenecen o de parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación. Los derechos que como autor nos corresponden, lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento en Ecuador.

D. M. Quito, octubre de 2020.



Jhonny Patricio Barrionuevo Cox

Correo electrónico: jhonny_02@hotmail.com



Karina Elizabeth Paillacho Alquina

Correo electrónico: Karina.paillacho@uide.edu.ec

Dedicatoria

A mi padre celestial. Por ser todo, por ser quien me acompaña. Su presencia siempre está en mi vida.

A la virgen María. Por ser quien me guía, sé que su mano está sujetando la mía.

A mis padres. Por haberme formado como la persona que soy, muchos de mis logros personales se los debo a ustedes, son perfectos para mí.

A mi hermana. Por recordarme día a día lo más valioso del mundo. “Errar y aprender es señal de estar creciendo.”

A mi abuelita Guadalupe. Por recibirme como su nieta, por permitir que conozca la dulzura y ternura que un ser humano puede llegar a brindar, por mostrarme que la esencia de una persona está en el corazón, en cómo vive y trata a los demás.

Karina

“Nunca dejes que tus miedos, ocupen el lugar de tus sueños”.
Hoy le dedico este gran y merecido logro a mi amada Brenda, quien me impulsó desde un inicio a seguir creciendo como profesional, quien me hizo entender que no hay límites para el ser humano, que los límites uno mismo se los propone, quien ha estado conmigo en todo momento, en aciertos y desaciertos, apoyándome y entendiéndome, en aquellos momentos de estudio y trabajo, quien me ha inspirado y me ha hecho entender que nunca debo rendirme, por tu amor y dedicación este y todos mis logros son para ti AMOR.

Jhonny

Agradecimiento

Agradezco a mi padre. Dios, por proveer en mi: certeza, fortaleza, entusiasmo, responsabilidad para cumplir con lo que fue un objetivo y que hoy se hace realidad. Es a ti a quien debo tanto, estaré feliz de reconocerlo siempre.

Agradezco a cada persona que de alguna manera me acompañó a su manera a construir el camino que solo yo podía hacerlo para llegar al lugar que anhelo. Así también, va el reconocimiento y gratitud hacia mí, en este proceso académico, personal, laboral, aprendí que todo lo que necesitamos para vivir está dentro de cada uno de nosotros listo para ser descubierto.

Gracias a todos quienes aportaron de alguna manera a mi vida.

Karina

Agradezco a Dios, por estar siempre en cada uno de los pasos que doy, por darme las fuerzas, los medios, y por haberme puesto a gente valiosa que me apoyó durante los estudios de esta Maestría.

A mis hijos Andrés y Alejandro, por su espera, por su paciencia para que pueda seguir estudiando y creciendo.

A mi compañera de vida, quien me impulsó, me animó y me apoyó a seguir estudiando y alcanzar este logro como prueba de su amor, TE AMO.

A mis padres, cuan agradecido estoy porque por ellos soy lo que ahora soy, su manera de criarme hizo en mi un hombre de bien.

Jhonny

Resumen Ejecutivo

El objetivo central de este estudio fue identificar las causas que motivan a los emprendedores a poner en práctica sus ideales de negocio, para el efecto, se consideraron a las medianas empresas del sector servicios. Se optó por el enfoque cualitativo de la investigación que llevó un proceso de razonamiento inductivo, con delimitación temporal transversal fundamentada en aportes teóricos. El muestreo correspondió al no probabilístico por conveniencia a partir del cual, se entrevistaron a ocho propietarios de medianas empresas dedicadas a ofrecer servicios de educación, profesionales, de alojamiento y alimentación. Así, se conoció que la principal motivación que los impulsa a la creación de empresas está dada por las oportunidades que se presentan y la necesidad de mejorar la economía; se caracterizan mayoritariamente por ser profesionales, tener el deseo constante de progresar, trazarse metas y trabajar para cumplirlas; ser personas perseverantes que asumen riesgos, basar su trabajo en la experiencia y apoyarse en quienes aportan con conocimientos en el ámbito que se desempeñan; además, procuran diversificar sus actividades económicas. Este grupo es consciente de que las políticas públicas afectan el desarrollo en el país y debido a la pandemia pronostican negativamente el futuro a mediano plazo de su negocio, creen que la innovación y la captación de nuevos nichos de mercado serían estrategias que les permitiría mantenerse a flote.

Palabras clave: emprendimiento, empresas, servicios, oportunidades, riesgos.

Abstract

The main objective of this study was to identify the causes that motivate entrepreneurs to put their business ideals into practice; for this purpose, medium-sized companies in the service sector were considered. The qualitative approach to the research was chosen, which led to an inductive reasoning process, with a transversal temporal delimitation based on theoretical contributions. The sampling corresponds to the non-probabilistic one for convenience, from which eight owners of medium-sized companies dedicated to offering education, professional, accommodation and food services were interviewed. So, it was known that the main motivation that drives them to create companies is given by the opportunities that arise and the need to improve the economy; They are characterized mainly by professionals, having the constant desire to progress, setting goals and working to achieve them; be persistent risk-takers, base their work on experience and who contribute knowledge in the field they work; in addition, they seek to diversify their economic activities. This group is aware that public policies for development management in the country and due to the pandemic negatively forecast the medium-term future of their business. they believe that innovation and the capture of new market niches work strategies that would allow them to stay afloat.

Keywords: entrepreneurship, companies, services, opportunities, risks.

Tabla de Contenidos

Autoría del Trabajo de Titulación.....	iii
Autorización de Derechos de Propiedad Intelectual.....	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Resumen Ejecutivo.....	vii
Abstract	viii
Lista de Tablas	xii
Lista de Figuras.....	xiii
Capítulo 1: Introducción.....	1
Antecedentes del Problema	1
Enunciado del Problema.....	2
Propósito del Estudio	3
Preguntas de la investigación	4
Significancia del Estudio.....	4
Naturaleza del Estudio	5
Resumen	7
Capítulo 2: Revisión de la Literatura.....	9
Emprendimiento empresarial.....	9
Tipos de emprendedores	10
Características de los emprendedores.....	12
El perfil del emprendedor según el Monitor Global de Emprendimiento (GEM).....	16
El emprendedor exitoso.....	22

El sector empresarial en el país	23
Limitaciones a las que se enfrentan las medianas empresas.....	25
Estímulos para el emprendimiento en el Ecuador.....	26
Resumen	28
Conclusión.....	29
Capítulo 3: Método	30
Diseño de la Investigación	30
Pertinencia del Diseño.....	31
Población y Muestra.....	32
Consentimiento Informado.....	33
Confidencialidad.....	33
Localización Geográfica	33
Instrumentación	34
Recolección y Análisis de Datos	35
Validez y Confiabilidad	36
Resumen	37
Capítulo 4: Resultados	38
Perfil de los Informantes	38
Resultados de los Criterios Estudiados	39
Resumen	57
Capítulo 5: Conclusiones y Recomendaciones	58
Conclusiones.....	58
Recomendaciones	59
Contribuciones Teóricas y Prácticas.....	60
Futuras Investigaciones.....	61

Referencias	63
APÉNDICES	70
Apéndice A. Formato del Consentimiento Informado	70
Apéndice B. Formato de la guía de entrevista	71

Lista de Tablas

Tabla 1 Características del comportamiento emprendedor exitoso	12
Tabla 2 Motivación y demografía.....	20
Tabla 3 Distribución demográfica de los emprendedores en diferentes etapas.....	21
Tabla 4 Demografía de emprendedores múltiples y el resto de la TEA	22
Tabla 5 Clasificación del tipo de empresas	24
Tabla 6. Principales cuentas financieras del sector empresarial Ecuador 2018	24

Lista de Figuras

Figura 1. Tipos de emprendedores..... 10

Capítulo 1: Introducción

Con el fin de dar una idea general al lector del contenido de este proyecto, en este capítulo se hace una introducción al tema, mismo que abarca como antecedentes estudios afines que se han desarrollado en el ámbito académico, además, se da a conocer el enunciado del problema, el propósito del mismo y su significancia. Se definen los términos más utilizados y se exponen las limitaciones y delimitaciones de la investigación.

Antecedentes del Problema

Revisando los repositorios de las universidades ecuatorianas se encontró el estudio “Propuesta de mejora del ecosistema emprendedor en la ciudad de Quito” publicado por la Universidad Simón Bolívar, en el cual su autora concluyó:

De acuerdo al *Global Entrepreneurship Monitor* en el Ecuador, comparado con países en economías de eficiencia, se generan menos emprendimientos dinámicos, a pesar de presentar una TEA alta, lo cual se debe a que la mayoría de emprendimientos desarrollados en el último año son por necesidad. (Juna, 2013, p. 91)

Según esta autora el país no cuenta con un clima idóneo para la creación de negocios. Los emprendedores se enfrentan a varias dificultades que incluyen: tediosos trámites burocráticos para su constitución, impuestos y aranceles, falta de incentivos, entre otros.

A estas conclusiones se suman las emitidas en el estudio “Análisis del emprendedor y del emprendimiento de éxito en el Ecuador para incentivar la creación de una red de inversionistas Ángeles en Quito”, publicado por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador en el año 2012, en el cual su autor señaló que “Las motivaciones son lo que lleva a los emprendedores a establecer sus empresas que van desde la

necesidad básica de sustento a el deseo de materialización de un sueño.” (Sánchez, 2012, p. 96)

Finalmente, se cita el artículo “Factores que promueven el emprendimiento en hombres y mujeres en el Ecuador”, publicado en la revista “El Emprendimiento en Ecuador. Visión y Perspectivas” en el año 2017 por la Universidad ECOTEC, en el cual sus autoras indicaron:

El presente estudio concluye que los factores que promueven el emprendimiento en hombres y mujeres en el Ecuador son los mismos desde el punto de vista de la necesidad y la oportunidad. El crecimiento económico y social se genera a través de sus habilidades, creatividad, habilidades personales, innovación, terror al fracaso, motivación familiar, creación de plazas de empleo, generar valor a sus productos y servicios, ofreciendo calidad, entre otros conllevando a dinamizar la industria local y nacional. (Chávez & Traverso, 2017, p. 25)

De las investigaciones mencionados se concluye que las causas que motivan a los emprendedores crear empresas es la necesidad de satisfacer sus necesidades y las oportunidades que se presentan para hacerlo.

Enunciado del Problema

El emprendimiento se relaciona con el pensamiento de “cómo crear una empresa y dirigirla” (Euridyce, 2016, p. 25), lo que implica confiar en una idea de negocio y contar con el capital para ponerlo en práctica. Sin embargo, cuáles son las razones que motivan a las personas a crear empresas.

Según *The Global Entrepreneurship Monitor*, uno de los proyectos de investigación más importantes a escala mundial sobre emprendimiento, el Ecuador tiene un alto nivel de ideas para desarrollar negocios, pero en gran

parte es porque muchos de los negocios nacen más por necesidad que por oportunidad. (Carrera, 2017, p. 1)

Lo que deja entredicho si esta aseveración involucra a todo tipo de emprendimiento, esto es micro, pequeño, mediano o grande. Por lo tanto, se desconoce a ciencia cierta qué motiva a los inversionistas a emprender medianas empresas en el país, al considerar que de acuerdo a los últimos reportes registrados, existen 4.249 de este tipo inscritas (INEN, 2018) y que, entre el 2009 y 2015 pese al estancamiento económico que presentó la nación, nacieron 57.109 empresas, de las cuales el 8,0% fueron medianas (INEC, 2017).

Por lo tanto, el problema se centra en responder la siguiente pregunta: ¿cuáles son las causas que motivaron a los emprendedores a crear medianas empresas en el Ecuador?

Propósito del Estudio

El estudio tiene el propósito de conocer las causas que motivan a los emprendedores a crear empresas en el país y si dentro de estas se consideraron herramientas de gestión que, al aplicarse en su momento les dio la posibilidad de medir la viabilidad del proyecto.

Además, este estudio permite ampliar el conocimiento que se tienen hasta el momento sobre el problema enunciado, proporcionando información nueva que pueda servir de soporte para nuevos estudios.

A partir de los resultados que se obtienen de la investigación cualitativa que se realiza, por medio de la aplicación de entrevistas semiestructuradas, que permiten crear, con los empresarios, un diálogo con el fin de profundizar sobre los aspectos que resultan relevantes en torno al tema en cuestión y de esta forma llegar a los resultados

requeridos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) y de esta forma cumplir con el objetivo propuesto.

Preguntas de la investigación

- ¿Cuál es el perfil del emprendedor ecuatoriano?
- ¿Qué tipo de empresas existen en el país?
- ¿Cuáles son las características de una mediana empresa?
- ¿Cuál es el motivo por el cual los emprendedores de medianas empresas invierten para crear sus negocios?

Significancia del Estudio

Este estudio resulta significativo porque busca conocer la realidad en torno a las razones que motivan a los emprendedores a poner en práctica sus ideales de negocio. Así se podrá determinar cuál es su motivación. Descubrir si lo hicieron porque esto resulta una pasión, una necesidad de progreso, la respuesta a su espíritu visionario con metas claras, entre otras (Díaz, 2012).

En consecuencia, la información que se obtenga en este estudio servirá de base para llegar a conclusiones que contribuyan a ampliar la visión de aquellas personas que deseen emprender un negocio de mediano tamaño en el Ecuador y sirvan de motivación para levantar su ánimo e impulsarlos a poner en práctica sus ideales. En el ámbito administrativo dará como resultado un artículo que servirá de soporte a quienes estén dispuestos a emprender un proyecto, considerando que su decisión asume un riesgo económico, por lo que, es preciso identificar una oportunidad y organizar los recursos previo a para ponerlo en marcha. Este estudio contribuye con aquellos que tengan espíritu emprendedor, porque estarán al tanto de las causas que motivan a los empresarios hacerlo y de una u otra forma les servirá de apoyo para saber si estas razones son las correctas.

Al reconocer, que el Ecuador debe apostar por el emprendimiento porque es una vía rápida para luchar contra la pobreza y mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Además, servirá de referente para otros estudiosos que deseen ampliar el conocimiento en torno al tema propuesto.

Naturaleza del Estudio

Para desarrollar este estudio es preciso contar con la fundamentación teórica que lo sustente, la que da una visión general de lo que es un emprendedor, los tipos de emprendedores y sus principales características. Además, se muestra el perfil del emprendedor de acuerdo al Monitor Global del Emprendimiento, tomando en cuenta el índice de la Actividad Emprendedora Temprana en Ecuador, al considerar las motivaciones del emprendimiento ecuatoriano de acuerdo a la evidencia empírica existente, para pasar a establecer las características del emprendedor exitoso.

Adicionalmente, se hace referencia al sector empresario en el país, su impacto en la economía, las limitaciones que tienen que enfrentar, así como, los estímulos de parte del gobierno. Finalmente, se habla de las principales herramientas de gestión que permiten medir la viabilidad de un negocio.

Una vez compilada la información de fuentes secundarias que sirven de soporte para la fundamentación teórica, se considera el apartado de metodología de la investigación. Para lo cual, se usa el método inductivo de la investigación, con enfoque cualitativo, utiliza la recopilación de información para analizarla posteriormente (Hernández, 2014), precisamente se realizan entrevistas a emprendedores que plasmaron sus ideas y pusieron su capital a trabajar, siendo en la actualidad propietarios de medianas empresas del sector servicios. Los datos que se recogieron permitieron establecer las razones que los impulsaron a hacerlo.

También, es un estudio empírico porque analiza las causas que promueven la creación de empresas dentro de un contexto real, en este sentido, la investigación descriptiva contribuye a conocer lo que sucede en torno del tema estudiado (Trave, 2010). Adicionalmente, se usa el método inductivo con el fin de sacar conclusiones generales que parten de hechos particulares (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), precisamente, lo que se busca en este caso.

La población participante corresponde a propietarios de empresas medianas del sector servicios, que incluyen aquellos que se dedican a ofrecer hospedaje y alimentación, proveer asesoría legal y tributaria, entre otros. El tipo de muestreo que se usa fue no probabilístico, porque los informantes se escogieron de acuerdo a la facilidad que tuvo el investigador para llegar a ellos (García, 2005). Así, se contactó a propietarios de medianas empresas ubicadas en la Sierra, Costa y Oriente ecuatoriano que accedieron a ser entrevistados.

Definición de Términos

- Actitud Emprendedora Temprana (TEA): Indicador que mide el “porcentaje de la población adulta (entre 18 años y 64 años de edad) que está en el proceso de iniciar un negocio (emprendedor naciente), o ya es dueño o administrador de un negocio nuevo que ha estado en marcha durante menos de 42 meses.” (Lasio, Ordeñana, Caicedo, & Izquierdo, 2018, p. 15)
- Emprendedor: “persona que tiene la capacidad de descubrir e identificar algún tipo de oportunidad de negocios.” (Sánchez X. , 2017, p. 1).
- Empresa: “unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios.” (Real Academia Española, 2015, p. 120)

- Mediana empresa: “es un término utilizado para referirse a aquellas que, aun teniendo un tamaño moderado, no se situarían en la categoría de pequeñas empresas y, por este mismo motivo, tampoco en las de gran tamaño.” (Rus, 2018, p. 1)
- Monitor Global del Emprendimiento: por sus siglas en inglés GEM que significan Global Entrepreneurship Monitor, es el estudio más prestigioso y extenso que se ha realizado sobre emprendimientos a nivel mundial. (Centro de Emprendimiento Kirzner/UFM, 2015)

Limitaciones

La principal limitación existente en el desarrollo del estudio radica en el acceso a una muestra significativa de la población, lo que provoca que no se puedan realizar generalizaciones explicativas que normalmente provienen de tamaños de muestras más grandes.

Delimitaciones

- Área. Administración de Empresas.
- Campo. Emprendimiento.
- Delimitación temporal. Se desarrolla en el año 2020.
- Delimitación espacial. La investigación se realiza en el territorio ecuatoriano, involucra a medianas empresas.
- Unidades de observación. Propietarios de medianas empresas del sector servicios radicadas en las diferentes provincias del territorio ecuatoriano.

Resumen

En este capítulo se presentaron los antecedentes sobre los que se fundamenta el estudio, los cuales indican que los emprendimientos en el país se producen básicamente por necesidad y por el deseo de materializar un sueño, lo que pone en evidencia las

habilidades, creatividad, innovación y motivación de los inversionistas, con el fin de crear plazas de trabajo y generar valor para mejorar sus ingresos y por ende favorecer a la dinamización económica del país.

El propósito central de este estudio es conocer las causas que motivan a los emprendedores a crear empresas en el país; además, de dar respuesta a las preguntas de la investigación, para saber cuál es el perfil del emprendedor ecuatoriano, qué tipo de empresas existen en el país, cuáles son las características de las medianas empresas y cuál es el motivo por el que los emprendedores de medianas empresas invierten para crear sus negocios.

También, la significancia de esta investigación se traduce en determinar la realidad en torno a las razones que motivan a los emprendedores a crear empresas en el país.

Capítulo 2: Revisión de la Literatura

En este capítulo se hace un recorrido teórico sobre lo que significa el emprendimiento empresarial, dando a conocer los tipos de emprendedores, sus principales características; así como, el perfil del emprendedor de acuerdo a los resultados obtenidos del estudio del GEM del Ecuador en el año 2017. Además, se presenta lo que hace a un emprendimiento exitoso.

También, se hace referencia al sector empresarial ecuatoriano, al dar a conocer la clasificación de empresas y los principales indicadores económicos de su rendimiento en el año 2018. Para finalmente, presentar las limitaciones que presentan las pymes y los estímulos estatales que existen en el país para este grupo.

Emprendimiento empresarial

El emprendimiento empresarial es un concepto que inició con el ingreso del capitalismo en el mundo, gracias a la revolución industrial que se produjo en Gran Bretaña en el siglo XVIII, se lo considera una revolución silenciosa de gran impacto en la economía de los países (Vásquez, 2015). Así, el primer concepto de emprendimiento fue dado por Cantillon en 1755, cuando lo relacionó con la toma de riesgos, alineando su significado con el de “emprendedor”, palabra de origen francés que se refiere a la persona que toma riesgos e inicia algo nuevo y que tiene la habilidad de crear e innovar (Cantillon, 2011). Este concepto coincide con aquel que señala que el emprendimiento se relaciona directamente con la creación de un negocio que involucra un riesgo (Rosenberg, 1994).

A estos conceptos, se une el que señala que el emprendedor es un visionario, aquel que es capaz de ver, oír, sentir y vivir para crear, sin embargo, esta última cualidad requiere ser alimentada porque si no se estimula llega a morir (Gerber, 1997).

En otras palabras, el emprendedor es quien asume un riesgo para iniciar un proyecto, aprovecha las oportunidades que se le presenten para cristalizar un sueño.

Tipos de emprendedores

En la literatura existen diversas clasificaciones de emprendedores, sin embargo, la establecida por Jean Claude Ettinger se basa en el análisis de las aspiraciones de autonomía y búsqueda de poder existentes, mismas que se relacionan con la necesidad de crear (Ollé & otros, 2007), como se presenta en la siguiente figura:

		Predominio	
		Autonomía	Poder
Necesidad de creación	Débil	Profesionales liberales y pequeños independientes que desean montar un negocio	Mandos de empresas. Ejecutivos
	Fuerte	Emprendedores buscadores de oportunidades	Empresarios (creadores de estructura)

Figura 1. Tipos de emprendedores

Fuente: (Ollé & otros, 2007, p. 81)

De acuerdo a esta clasificación los profesionales liberales y pequeños independientes, al emprender buscan autonomía, no tienen una fuerte necesidad de crear, por lo que, usan pocos medios humanos en sus estructuras organizacionales y el valor de creación radica en el contenido de lo que realizan, más que en el

funcionamiento empresarial como tal. Dentro de este grupo se encuentran los micro emprendimientos y el autoempleo.

Por otra parte, los trabajadores de una organización (mandos de empresas) tampoco presentan una fuerte necesidad de crear un negocio, además, no presentan fuertes necesidades de poder, lo fundamental para ellos, es que la actividad se desarrolle de acuerdo a procesos y políticas previamente marcadas.

Además, están los emprendedores buscadores de oportunidades, quienes dan valor no únicamente al contenido de lo que realizan, sino también al proceso organizativo, crean una estructura, como base de la creación. Para este grupo el poder es secundario, sobresale la autonomía, por lo tanto, su necesidad de creación es fuerte.

Finalmente, constan los que cuentan con poder imperial y socializado, siendo ellos, los verdaderos creadores de organizaciones, ya que su principal interés es hacer crecer la empresa, desarrollar el potencial y simplemente emprender un negocio como en los primeros casos.

En resumen:

Si la autonomía es dominante, tenderemos a quedarnos en el contenido del trabajo para crear microempresas o un autoempleo con una mínima estructura. Si, en cambio, añadimos la necesidad creadora de estructura, menos vinculada a la actividad en sí y más a la oportunidad de mercado, tenderemos a montar un negocio, que se limita en el crecimiento; tenemos entonces un emprendedor. Y, finalmente, si lo que sentimos es voluntad de poder imperial, de hacerlo grande, donde el valor está en el potencial de crecimiento, entonces aparece un emprendedor-empresario. (Ollé & otros, 2007, p. 82)

Esta clasificación da una visión global del tipo de emprendedores que existen, sin embargo, es preciso considerar que el modelo presentado no es excluyente, los

emprendedores pueden pasar de un tipo a otro de acuerdo al cambio de sus motivaciones y el aprendizaje que alcancen del giro de su negocio.

Características de los emprendedores

Las características de los emprendedores que se nombran a continuación, se basan en los resultados de la investigación realizada por el Programa de Desarrollo Empresarial de Chile, los que se vincularon con estudios psicológicos organizacionales y fueron complementadas por consultoras especializadas que trabajan para la Agencia Norteamericana de Desarrollo Internacional, a partir de lo cual, se diseñó un programa basado en las diez características personales asociadas al emprendedor exitoso, potencializadas por medio de procesos de capacitación, como un apoyo a los demás países latinoamericanos.

A continuación, se presenta en la siguiente tabla las diez características del comportamiento emprendedor, relacionándolas con el ámbito al que están orientadas:

Tabla 1

Características del comportamiento emprendedor exitoso

Orientadas al logro	
Características	Actitudes relacionadas
1. Búsqueda de oportunidades y constante iniciativa	Actúa sin que se lo pida o antes de sentirse obligado por las circunstancias. Actúa para ampliar su negocio, busca innovar. Aprovecha las oportunidades poco usuales para lanzar un nuevo negocio o producto, obtener financiamiento.
2. Persistencia	Actúa ante los desafíos. Considera estrategias para hacer frente a amenazas o para superar dificultades.

- Asume la responsabilidad para hacer todo lo que esté a su alcance para alcanzar metas.
3. Cumplimiento
- Hace sacrificios personales o trabaja de forma asombrosa para concluir su trabajo.
- Colabora con sus trabajadores u ocupa su lugar de ser necesario para concluir una labor.
- Se esfuerza por satisfacer las expectativas de sus clientes y valora la buena imagen a largo plazo, por encima de las ganancias a corto plazo.
4. Búsqueda de eficiencia y calidad
- Se esfuerza por hacer las cosas lo mejor posible, más rápido y ahorra recursos.
- Se preocupa por tomar las medidas necesarias para que se cumplan con las normas de calidad.
- Desarrolla procesos con el fin de asegurar que el trabajo concluya ofreciendo un producto o servicio de calidad.
5. Correr riesgos calculados
- Calcula riesgos y evalúa alternativas.
- Actúa para disminuir riesgos y controlar los resultados.
- Procura ubicarse en situaciones que conlleven riesgos moderados.

Características del planificador

6. Fijar metas
- Se fija metas y objetivos personales que conllevan a un reto.
- Tiene una visión clara a largo plazo.
- Se fija objetivos medibles a corto y mediano plazo.
7. Búsqueda de información
- Busca información sobre sus clientes, proveedores y competencia.
- Investiga cómo producir un nuevo producto o servicio.

	Consulta con expertos técnicos y comerciales para tomar decisiones.
8. Planificación sistemática y seguimiento	Planifica sistemáticamente, divide tareas grandes en pequeñas con tiempos de entrega establecidos. Revisa paulatinamente sus planes para verificar los resultados alcanzados y si existen circunstancias cambiantes. Mantiene registros financieros y los usa para tomar decisiones.

Características del poder

9. Persuasión y redes de apoyo	Usa estrategias para influenciar y persuadir a los demás. Usa a personas clave como sus agentes para obtener objetivos propios. Desarrolla y mantiene una red de contactos de negocios.
10. Auto confianza e independencia	Busca alcanzar su autonomía. Hace prevalecer su punto de vista, pese a la oposición de otros. Se atribuye a sí mismo y a sus acciones las causas de sus éxitos y de sus fracasos.

Fuente: (Lizarazo, 2009, pp. 28, 29)

Como se puede observar en la tabla 1, las características de los emprendedores exitosos incluyen aquellas actitudes que los orienta a alcanzar metas y objetivos trazados con anticipación, para lo cual, deben reunir cualidades de planificadores y habilidades para influir en los demás en búsqueda de apoyo que le permita lograr sostenibilidad.

Al respecto, Orbe y Santacruz (2017) en un estudio realizado en el contexto ecuatoriano, determinaron como los factores de éxito del espíritu emprendedor: la perseverancia, la decisión, el control, la investigación, la comunicación y el riesgo;

identificándose que las principales características que muestran los emprendedores incluyen:

- Perseverancia. Luchan por sus objetivos, demuestran constancia ante las dificultades y procuran llegar a las metas.
- Decisión. Toman decisiones en función de las oportunidades que se presentan con el fin de alcanzar objetivos fijos a través de la organización de las actividades que conllevan los proyectos planteados.
- Control. Buscan ser cautelosos con la ejecución de las tareas inherentes a los proyectos, toman la iniciativa, evalúan y realizan los correctivos requeridos, controlan las acciones.
- Investigación. Exploran, preguntan, visualizando sus propósitos a largo plazo, planteándose estrategias que les permita la consecución de objetivos, son capaces de generar nuevas ideas.
- Comunicación. Tienen la capacidad de transmitir sus ideas, concibiendo sus objetivos antes de iniciar sus trabajos, comunicando los resultados alcanzados, reconociendo su potencial.
- Riesgo. Aceptan nuevos riesgos, calculan posibles conflictos que se presenten en el desarrollo de sus tareas.

Sin embargo, existe la contrapartida en donde se observan dificultades al momento de emprender, como lo indicaron Machado, Aquino, Salinas y León (2013) a partir de los resultados del estudio ¿Soy emprendedor o soñador?, en el cual, encontraron que la mayoría de emprendedores ecuatorianos se caracterizan porque nacen siendo soñadores de un proyecto. Su principal motivación es la independencia tanto económica como de tiempo, para lo que, buscan una oportunidad de negocio, procurando poner en práctica sus habilidades en su propio beneficio, no obstante,

muchas veces se truncan sus aspiraciones porque no cuentan con el financiamiento requerido, capacitación y desconocen lo que deben hacer para formalizar un negocio lo que limita su capacidad de crecimiento y por ende alcanzar sostenibilidad en el tiempo.

El perfil del emprendedor según el Monitor Global de Emprendimiento (GEM)

Para iniciar, es preciso saber que el GEM es la investigación más valiosa realizada en el mundo sobre la relación que existe entre el emprendimiento y el desarrollo económico local. Es el resultado de una iniciativa que empezó en 1999 de la unión de unas de las escuelas de negocios más importantes del mundo: la Escuela de Negocios de Londres y el Colegio Babson de Estados Unidos, quienes formaron el consorcio *Entrepreneurship Research Association* sin fines de lucro para realizar este estudio. Ecuador participa en este estudio con el apoyo de la Escuela Politécnica del Litoral.

Según Lasio, Ordeñana, Amaya y Zambrano (2020) los principales resultados del denominado ciclo 2019-2020 del GEM Ecuador, recogieron información de 2000 personas en edad adulta y el criterio de 37 expertos nacionales, a partir de lo cual se indicaron las principales características de la actividad emprendedora en la nación:

- La Actividad Emprendedora Temprana (TEA) en el Ecuador se conforma por dos tipos de emprendedores: los nacientes y los nuevos. Este grupo está conformado por personas que se encuentran entre los 18 y 64 años; los nuevos están poniendo en marcha su negocio y no han pagado sueldos por más de tres meses, los nacientes, por su parte ya han pagado sueldos por más de tres meses, sin superar los 42.
- Alrededor de 3.6 millones de personas en el año 2019 emprendieron un negocio. La tasa de emprendedores nacientes fue del 26.9% y de negocios nuevos del 10.8%.

- Ecuador tiene la mayor TEA dentro de los países Latinoamericanos.
- La intención de emprender en los próximos tres años incluye al 53.0% de la población.
- Los emprendedores nacientes (no superan los tres meses de operación) constituye el 26.9% de la población, superando al promedio en América Latina que es del 15.62%.
- Los emprendedores nuevos corresponden al 10.8%, lo que indica que existe una brecha entre los negocios nuevos y los nacientes.
- La tasa de cierre definitivo de negocios alcanza el 9.3%, siendo la mayor de la región.
- Las principales causas por las que se cerraron negocios en el 2019 fueron: problemas personales (32.7%), la falta de rentabilidad (25.2%) y la falta de financiamiento (16.6%).
- El 28.9% de la población adulta emprendió de forma independiente y el 7.3% con algún patrocinio, estos resultados son los mayores al promedio de la región.
- La tasa de emprendedores múltiples (que tienen un negocio en marcha y paralelamente están tomando acciones para emprender otro diferente) alcanzó el 4.2%.
- Dos tercios de los adultos, en promedio, piensan que el emprendimiento es una buena opción de vida.
- El 55.8% de la población adulta percibe oportunidades para iniciar un negocio en su área de residencia en los próximos seis meses. El 55.3% percibió facilidad para iniciarlo, el 78,3% confía en que tiene los conocimientos y habilidades necesarias para emprender. El 35,8% de la

reveló que el miedo al fracaso de cierta forma les impediría iniciar un negocio. En estos resultados, las mujeres predominan en las respuestas; es decir, más mujeres que hombres perciben oportunidades y facilidades para emprender, confía en sus capacidades y tiene más temor a fracasar.

- El porcentaje de hombres con negocios nuevos (52.30%) es mayor al de las mujeres, conservando esta tendencia en los últimos años.
- En cuanto a sostenibilidad de los negocios, se evidencia una mayor participación de hombres (62%), respecto a las mujeres (38.0%).
- En la TEA conformada por emprendedores nacientes y nuevos predominan las personas más jóvenes: más del 50% de los emprendedores tiene menos de 35 años de edad.
- La TEA de las personas con educación superior se mantiene más alta que de aquellas con educación primaria o secundaria.
- El porcentaje de emprendedores según la ubicación geográfica es mayor en el sector urbano (64.5%) que en el rural (35.5%), manteniendo esta participación desde el año 2015.
- El 85.5% de los emprendedores que tienen un nuevo negocio y el 89.2% de aquellos con negocios establecidos, no se dedican a otra actividad, son auto empleados.
- La TEA muestra una mayor concentración de emprendedores con ingresos que superan los dos salarios básicos unificados (39.6%).
- El 64.2% de la TEA se concentra en el sector de comercio.
- El 99.18% de emprendedores nacientes y el 96.12% de emprendedores nuevos recurren a ahorros personales para iniciar sus negocios; el 62.32% y el 45.63% respectivamente a bancos.

- El 94.2% tiene clientes en la ciudad o en la zona donde vive.
- Tres de cada cuatro emprendedores no ofertan productos o servicios nuevos; en tanto, que uno de cada cinco ofrece algo novedoso para su mercado local, pero que en otros ya existe. Estos resultados se aplican para la innovación de procesos igualmente.

A estos resultados, se unen los obtenidos para tener un mejor panorama del impacto de la pandemia, para lo que, en el mes de junio de 2020 se aplicaron encuestas a 150 personas emprendedoras en el Ecuador, a partir de lo cual, se evidenció que:

- El 24.67% cesaron sus negocios, indicando como principal razón la pandemia.
- El 69% sufrió algún efecto negativo por la pandemia.
- El 23% señaló que está en riesgo de cerrar su negocio.
- El 30% podrían sobrevivir hasta tres meses si se mantienen las medidas de aislamiento y distanciamiento social.
- El 47.89% pudo recuperar su cartera en el periodo de marzo-mayo, 20% menos que el mismo periodo del año 2019.
- El 61.1% optó por incrementar sus esfuerzos de marketing para afrontar la crisis, el 57.5% ofrece productos o servicios nuevos y el 37.2% intentará refinanciar sus deudas bancarias.
- El 46.9% implementó el teletrabajo, el 13.3% despidió personal, el 32.7% redujo la jornada laboral y el 16.8% disminuyó salarios.
- Entre las medidas que esperan del gobierno se cuentan: disminución de impuestos, recursos financieros para mejorar la operatividad de sus negocios, ayudas por desempleo.

Dentro de las motivaciones que tienen los emprendedores para crear un negocio sobresalen: por la escasez de empleo (82.71%), por marcar una diferencia en el mundo (52.65%), por acumular gran riqueza u obtener altos ingresos (36.53%), para continuar una tradición familiar (35.72%). Simplificando, considerando aquellos emprendedores que se motivaron por la escasez de empleo y no por hacer la diferencia ni acumular riqueza, el 32.3% del total de emprendedores emprendieron por necesidad. A continuación, se presenta la tabla en la que se distinguen las tendencias porcentuales de las principales motivaciones que tienen los emprendedores según los aspectos demográficos.

Tabla 2

Motivación y demografía

		Hacer la diferencia	Acumular riqueza	Tradición familiar	Escasez de empleo
Género	Hombres	53,4	37,5	34,7	79,6
	Mujeres	51,8	35,4	36,9	86,3
Edad	Menores de 35 años	54,8	37,9	34,9	84,1
	35 o más	50,4	35,1	36,6	81,2
Área	Urbano	58,3	48,8	40,9	76,6
	Rural	42,4	14,2	26,4	93,8
Educación	Primaria o secundaria	49,5	30,8	38,3	88,1
	Post-secundaria o universidad	57,5	46,8	30,6	74,3
Ingreso	Menos de 1 SBU	41,2	19,5	31,4	92,8
	De 1 a 2 SBU	52	33	41,1	86,8
	Más de 3 SBU	59,3	47,7	33	74,5
Ocupación	Empleado	52,6	42,5	40,3	76,8
	Desempleado, encargado del hogar, estudiante	44,7	22,4	29,2	93,4

Fuente: (Lasio, Ordeñana, Amaya, & Zambrano, 2020, p. 26)

Además, se puede observar en la tabla que se presenta a continuación que aquellos grupos que cuentan con educación post secundaria y universitaria completa, representan el menor porcentaje de emprendimientos nuevos, contrario a lo que sucede con aquellos que únicamente cuentan con secundaria completa.

Tabla 3

Distribución demográfica de los emprendedores en diferentes etapas

		TEA	Nacientes	Nuevos	Establecidos
		(%)	(%)	(%)	(%)
Género	Hombres	53,5	54,5	52,3	62,0
	Mujeres	46,5	45,5	47,7	38,0
Edad	18-24	19,2	19,4	20,3	8,0
	25-34	32,1	33,1	29,1	21,5
	35-44	24,6	22,7	29,1	22,9
	45-54	14,8	15,6	11,1	26,5
	55-64	9,3	9,3	10,4	21,1
Educación	Ninguna	44,4	4,4	4,4	3,5
	Primaria completa	23,5	22,1	27,8	33,2
	Secundaria completa	32,9	31,9	32,9	30,2
	Postsecundaria	13,5	14,0	12,8	13,9
	Universidad completa	22,8	24,4	19,3	15,7
	Máster/doctor	2,9	3,1	2,8	3,4
Área	Urbano	64,5	66,9	57,6	45,7
	Rural	35,5	33,1	42,4	54,3
Ocupación	Tiempo completo	27,5	31,3	16,2	8,4
	Autoempleado	54,1	44,4	82,5	89,2
Ingresos	Menos de 1SBU	22,0	20,9	24,6	22,1
	Entre 1 SBU y menos de 2 SBU	38,4	41,1	32,4	40,5
	Más de 2 SBU	39,6	38,0	43,0	37,4

Fuente: (Lasio, Ordeñana, Amaya, & Zambrano, 2020, p. 23)

Otra variable que se observa en el perfil de emprendedor es la denominada emprendedores múltiples. Esta permite identificar a quienes poseen un negocio nuevo y a la vez tienen uno naciente; así como, aquellos que ya cuentan con negocios

establecidos y están iniciando con uno por segunda vez. A continuación, se presenta la tabla que contrasta la demografía de emprendedores múltiples y el resto de la TEA.

Tabla 4

Demografía de emprendedores múltiples y el resto de la TEA

		Resto TEA	Emp. Múltiples
Género	Hombres	52,20%	65,10%
	Mujeres	47,80%	34,90%
Edad promedio		36,23	36,73
Escolaridad promedio		12,28	12,45
Ingresos del hogar	Menos de 1 SBU	22,70%	20,50%
	Entre 1 y 2 SBU	38,60%	37,30%
	Más de 2 SBU	38,60%	42,20%

Fuente: (Lasio, Ordeñana, Amaya, & Zambrano, 2020, p. 27)

Según se observar en la tabla 4 el porcentaje de los emprendedores múltiples cuentan con ingresos que superan los dos SBU.

El emprendedor exitoso

Según Alcaraz (2011) un emprendedor de éxito debe considerar las siguientes acciones:

1. Responderse a sí mismo las siguientes preguntas: ¿qué le gusta hacer?, ¿qué estudios o capacitación tiene?, ¿qué sabe hacer?, ¿qué habilidades posee?, ¿qué experiencia tiene?, ¿qué planes tiene para su futuro?
2. Identificar con claridad lo que desea hacer y las metas que busca alcanzar.
3. Eliminar de su pensamiento los mitos y las barreras para emprender. Como, por ejemplo: los obstáculos económicos que le hacen pensar que si no cuenta con dinero probablemente fracasará, las barreras psicológicas derivadas del temor al fracaso; los obstáculos culturales que indican que por edad o género se restringe el progreso de los emprendimientos.

4. Desarrollar un buen plan de negocios que permita establecer los lineamientos necesarios para cumplir objetivos anhelados.
5. Hacer todo lo que se requiera para llevar a la práctica el emprendimiento.

Todo esto es posible, si se considera que el emprendedor es una persona que se caracteriza por mantener un compromiso total, tener determinación y ser perseverante; contar con la capacidad de alcanzar sus metas; trabajar en función de orientar sus metas hacia las oportunidades, por lo que, tiene iniciativa y es responsable (Alcaraz, 2011).

Dicho de otra forma, el éxito del emprendimiento se relaciona con las actitudes y aptitudes que presente el emprendedor, si bien inicia con una idea, esta debe ir de la mano de sus capacidades para que pueda plantearse metas, realizar una planeación estratégica que le permita definir presupuestos y estrategias que le permitan alcanzar metas previamente establecidas.

El sector empresarial en el país

Para hablar el sector empresarial en el país, es preciso iniciar dando a conocer lo que es empresa, la que en el ámbito económico se conoce como “la organización de los factores de la producción con el fin de obtener una ganancia ilimitada” (Ruiz, 2007, p. 27). Por lo que, su desarrollo tiene un impacto en la economía de las naciones.

Generalmente, en los cuadros estadísticos se presentan a las grandes empresas que ocupan los índices más altos en ventas o ganancias; sin embargo, el sector empresarial no está conformado únicamente por las de gran tamaño. También se cuentan las micro, pequeñas y medianas empresas. Cuya clasificación se presentan a continuación:

Tabla 5

Clasificación del tipo de empresas

VARIABLES	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Grandes Empresas
Personal ocupado	De 1-9	De 10-49	De 50-199	> 200
Valor bruto de ventas anuales	<100.000	100.001-1.000.000	1.000.001-5.000.000	>5.000.000
Monto de activos	Hasta USD100.000	De USD100.001 hasta USD750.000	De USD750.001 hasta USD3.999.999	>4.000.000

Fuente: Superintendencia de Compañías, citado por (Cámara de Comercio de Quito, 2017, p. 2)

Según el INEC en el 2017, en el país las mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas) representan el 99,55% de los negocios. “El segmento de mayor participación con un 90,78% son las microempresas, seguido de las pequeñas con 7,22% y las medianas con 1,55%” (El Universo, 2019, p. 1).

En el Ecuador, los resultados de las principales cuentas financieras presentadas en el año 2018 por la Superintendencia de Compañías muestran un comportamiento creciente, como se expone en la siguiente tabla:

Tabla 6

Principales cuentas financieras del sector empresarial Ecuador 2018

Principales cuentas financiera	Valor en dólares americanos	Crecimiento
Activos	91.556.000.000	6,90%
Pasivos	52.377.000.000	7,68%
Patrimonio	39.202.000.000	6,03%
Ganancia Neta	4.291.000.000	65,08%

Fuente: Superintendencia de Compañías, citado por (Aval, 2019)

En definitiva, el sector empresarial presentó índices positivos en el año 2018, hubo un mejoramiento importante en la situación financiera de las empresas, con respecto al año 2017, lo que contribuyó a la dinamización de la economía del país. Un panorama similar se observó en la mayoría de los sectores en el año 2019, respecto al año 2018. Así, el sector que mayor variación positiva presentó fue el de acuicultura y pesca de camarón con el 12,2% respecto al 2018; la industria de electricidad y agua presentó una tasa de variación de 6,7%; los servicios financieros registraron una expansión de 4,3%; el sector del petróleo y minas se dinamizó en el 1,9%. El sector servicios que incluye: comercio, construcción, salud, educación, transporte, suministro de electricidad y agua, correo, comunicación, actividades profesionales, administración pública, alojamiento y comida, actividades financieras y otros representó un valor agregado bruto (VAB) del 65,50% del PIB en el país (Banco Central del Ecuador, 2020).

Limitaciones a las que se enfrentan las medianas empresas

En el país es complicado predecir el futuro económico a corto o mediano plazo de las empresas. Estas están expuestas a factores externos que salen de su competencia, como es el precio del petróleo en el mercado internacional que afecta de forma global, lo que indica que las medianas empresas están expuestas a las amenazas en el mercado por el entorno político y económico del país, lo que afecta su desarrollo, competitividad y sostenibilidad.

Un ejemplo claro de ello, es el fenómeno que se está suscitando en este año, no solo en Ecuador sino en el mundo. A causa de la pandemia, en el país se produjo una caída de más del 25% del precio del barril de petróleo (Panam Post, 2020), lo que inquieta de forma directa a varios sectores, dentro de los cuales se destaca el empresarial que, sin duda se verá afectado y esto tendrá repercusiones a corto y

mediano plazo, en razón de que las medianas empresas se han visto obligadas a interrumpir sus cadenas de producción, limitando su liquidez.

Sin embargo, de la emergencia que están pasando las empresas en la actualidad, por este caso fortuito, existen evidencias empíricas que indican que dentro de los principales obstáculos que existen para el crecimiento de las medianas empresas en el país son:

Bajos niveles de financiamiento y procedencia no oficial, créditos con elevados intereses, escasas utilidades y el alto riesgo, altos costos por interés bancario, altos costos de mercadería, recursos humanos poco calificados y débil gestión de la información y el conocimiento, baja creatividad del líder, elevado número de intermediarios, baja cultura empresarial, elevados costos de infraestructura, administración no orientada al empleado y el débil nicho de mercado. (Subía, Barzaga, & Nevares, 2018, p. 12)

Estos aspectos de alguna forma se relacionan con los problemas que generalmente tienen que enfrentar las medianas empresas, dados por las barreras que impiden que compitan en igualdad de condiciones con grandes empresas y la falta de políticas que contribuyan en su crecimiento y expansión a mercados internacionales (Peña & Vega, 2017). Estos factores inciden en la sostenibilidad de este tipo de empresas, provocando muchas veces que los emprendimientos no duren más allá de tres meses (Lasio, Ordeñana, Amaya, & Zambrano, 2020), afectando así sobre las decisiones que toman aquellos que desean iniciar con un negocio.

Estímulos para el emprendimiento en el Ecuador

A inicios de enero del año 2020 la Asamblea Nacional aprobó la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, como un marco normativo que busca estimular y fomentar el emprendimiento en el país. Promoviendo la cultura emprendedora e

incorporando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer a los emprendedores.

Además, el gobierno impulsa financiamiento para pymes, a través de Ban Ecuador y la Corporación Financiera Nacional, provee créditos de hasta un millón de dólares, con formas de pago mensual, bimensual, trimestral, semestral, anual o al vencimiento de acuerdo al flujo de caja del proyecto. Con un plazo de hasta 10 años de acuerdo al destino de la inversión y con un periodo de gracia de hasta 3 años. Con tasas de interés preferenciales y garantías que van acorde al valor del crédito (CFN, 2020) (Ban Ecuador, 2020).

Al considerar que, uno de los principales limitantes, que tienen los emprendedores es la falta de financiamiento, se presenta una oportunidad desde el gobierno para aquellos soñadores que desean plasmar sus ideales de negocio. Sin embargo, es preciso que contemplen el uso de ciertas herramientas de gestión que les permitiría medir la viabilidad de un proyecto (Sapag, 2007), como las que se mencionan a continuación:

- Flujo de caja inicial, que va a permitir calcular el desembolso que se tendría que realizar en un inicio.
- Flujo de caja operativo, involucran los flujos de caja que se usarían durante la vida económica del proyecto.

En base a los datos que conforman el flujo de caja se establecen los indicadores básicos que facilitan el análisis económico, dentro de los cuales se encuentran:

- La liquidez, dentro de la cual se toma en cuenta el plazo de recuperación.
- El riesgo analizado por medio de la generación de escenarios y análisis de sensibilidad.

- La rentabilidad o capacidad para generar excedentes o rendimiento. Para el efecto, se utilizan para medir el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Rentabilidad (TIR) (Sapag, 2007).

Si al aplicar la fórmula del VAN (suma de los flujos de caja futuros descontados a un coste de oportunidad) el resultado es mayor a 0, la empresa generaría beneficios económicos, por lo tanto, la inversión sería rentable; por el contrario, si el VAN es menor a 0 el emprendimiento no sería rentable (Sapag, 2007).

Por su parte, la TIR, hace referencia a la rentabilidad que se esperaría tener con la puesta en marcha de un negocio, por lo tanto, se considerarían viables si el resultado de su aplicación da un resultado superior a la tasa de referencia (Sapag, 2007).

Por lo expuesto, se cree oportuno que los emprendedores realicen un estudio financiero que les permita conocer en diferentes escenarios la viabilidad de su proyecto, para que puedan tomar la decisión más acertada y realicen una inversión que sea rentable.

Resumen

El concepto de emprendimiento empresarial se relaciona con la creación de un negocio en el cual se involucra un riesgo. Los tipos de emprendedores se resumen en cuatro: profesionales liberales y pequeños independientes que desean crear un negocio, trabajadores de una organización, quienes buscan oportunidades y aquellos que cuentan con poder imperial y socializado. Las principales características de los emprendedores se involucran en tres ámbitos: orientación al logro, habilidades de planificación y de poder.

Según los resultados del estudio GEM, en promedio los emprendedores ecuatorianos se encuentran en los 36 años de edad, su negocio está enfocado al servicio,

tienen algo más de 12 años de escolaridad, la mayoría inicia un negocio porque ve en este una oportunidad para hacer la diferencia y acumular riqueza.

Un emprendedor exitoso es aquel que sabe lo que quiere, cuenta con un talento y tiene un plan para su futuro en base a metas que desea alcanzar, no se deja llevar por pensamiento negativos en torno a su ideal de negocio, desarrolla un plan de negocios antes de iniciar y trabaja arduamente para cumplir con sus sueños.

Las medianas empresas en Ecuador aportan a la economía del país porque la dinamizan, en el año 2019, la mayoría de sectores presentaron una variación positiva en relación al año 2018, demostrando un comportamiento creciente. Sin embargo, de ello existen limitaciones que afectan su desarrollo, pese a que el gobierno se ha esforzado por estimular a los emprendedores para que puedan cristalizar sus ideales de negocio.

Conclusión

Conocer lo qué es el emprendimiento empresarial permite tener una visión más clara de lo que este concepto significa, si bien involucra el poner en práctica un ideal de negocio, esto implica un riesgo que se debe asumir, de ahí la importancia que tiene la planificación, para lo cual, el emprendedor debe realizar un plan de negocio que incluya herramientas de gestión que le permitan conocer si la puesta en marcha de su proyecto es o no viable.

Capítulo 3: Método

La metodología es una de las etapas de la investigación que establece la selección de métodos, técnicas e instrumentos que se utilizan para el desarrollo de la misma. Esta es la herramienta que contribuye a que el estudio sea exitoso y se cumpla con el objetivo propuesto, facilitando que el investigador encuentre las respuestas a las preguntas planteadas.

Por lo que, a continuación, se presenta el diseño de la investigación, la pertinencia del diseño, la población y muestra participante, la localización geográfica, la instrumentación, la validez y confiabilidad del estudio. Además, de la forma en que se llevará la confidencialidad de los entrevistados y el consentimiento informado.

Diseño de la Investigación

El enfoque de este estudio es cualitativo, considerando que “utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 7). Su propósito es descriptivo, porque busca comprender las razones que motivan a los sujetos a embarcarse en acciones significativas y crear un mundo que sea suyo (Ruiz, 2012), en este caso, el mundo que crean son las empresas.

Además, el proceso que se utiliza en la investigación corresponde al razonamiento inductivo, dado que inicia con la observación de casos específicos, para establecer fundamentalmente generalizaciones (Abreu, 2014); es decir que, va de lo particular a lo general. De esta forma, los resultados del estudio contribuyen a comprender lo que sucede en torno al problema planteado (Jiménez, 2012).

La delimitación temporal de este estudio es transversal porque los datos que se requieren para examinar la relación entre las variables de interés se recogen en un solo punto en el tiempo (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). También, el estudio se

fundamenta en aportes teóricos relacionados con el tema en cuestión que, facilitan la interpretación de los resultados (Hernández, 2014).

La técnica de muestreo utilizada en este estudio es no probabilística por conveniencia, dado que se seleccionaron aquellos casos que resultaron accesibles, porque aceptaron ser incluidos, tomando en cuenta la accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador (Otzen, 2017).

En cuanto a, la industria seleccionada para el análisis corresponde al sector servicios que incluye aquellas que se dedican a educación, turismo y servicios profesionales. Las empresas se seleccionaron dentro de la población de medianas empresas dedicadas a ofertar servicios en el país, en función de su aceptación para formar parte de este estudio (Otzen, 2017) (Tamayo, 2014), para el efecto, se consideraron ocho del sector señalado que fueron las que consintieron a participar en la investigación. Se accedió a éstas a través de una carta enviada por correo electrónico informando el objetivo del estudio e invitándolas a que formen parte de éste, asimismo, una vez que aceptaron la invitación se les solicitó que firmen el consentimiento informado.

En relación a la recolección de datos, éstos se acopiaron a través de entrevistas semiestructuradas que después se analizaron considerando técnicas de análisis de discursos que parten del significado de las oraciones que conforman las respuestas del entrevistado hasta construir el significado global del texto en el contexto concreto, lo que implica una variedad de habilidades cognitivas y opciones críticas por parte del investigador (Ballester, Orte, & Oliver, 2016).

Pertinencia del Diseño

Esta investigación consideró el criterio del proceso cualitativo sugerido por Hernández, Fernández y Baptista (2014) que incluye la construcción del marco de

referencia que involucra: 1. El planteamiento de la idea, 2. El planteamiento del problema, 3. La inmersión inicial en el campo, 4. La concepción del diseño del estudio, 5. Definición de la muestra, 6. Recolección de datos, 7. Análisis de los datos, 8. Interpretación de los datos, 9. Elaboración del reporte de resultados.

Para lo que, se parte del enunciado del problema que busca responder a la pregunta ¿cuáles son las causas que motivaron a los emprendedores a crear medianas empresas en el Ecuador?, como un tipo de cuestionamiento propio de las investigaciones descriptivas (Ruiz, 2012). Además, la aproximación cualitativa analiza el desarrollo natural de los eventos, por lo que, no existe manipulación ni estimulación de la realidad por parte del investigador (Corbetta, 2007).

Así mismo, se considera el proceso inductivo porque a través del razonamiento se llegan a conclusiones que inician en el análisis más específico hasta llegar a las generalizaciones que permiten la construcción de teorías más amplias (Ruiz, 2012) que permitan responder a las preguntas planteadas de la investigación. Tomando en cuenta, que la delimitación temporal es de tipo transversal.

En consecuencia, el enfoque de la investigación cualitativa, con proceso inductivo de tipo descriptivo es apropiado para este estudio, puesto que, su diseño representa una oportunidad para dar a conocer las causas que motivaron a los empresarios de medianas empresas turísticas a formar estos negocios en el Ecuador.

Población y Muestra

Según el último Boletín de Estadísticas Económicas, en el país existen 13.937 empresas registradas de mediano tamaño que pertenecen al sector servicios (Directorio de Empresas, 2019) (El Universo, 2019), sin embargo, no existen estadísticas que clasifiquen este tipo de empresas por la actividad que realizan. Por lo que, en la

actualidad resulta difícil saber a ciencia cierta cuántas empresas medianas dedicadas a ofrecer diferentes servicios existen en el Ecuador.

No obstante, para este estudio se consideraron ocho medianas empresas de este sector que aceptaron colaborar con información y sus propietarios accedieron a ser entrevistados. Así, la unidad de análisis corresponde a los propietarios de empresas de mediano tamaño que incluyen servicios de educación, actividades profesionales y de alojamiento.

La técnica que se utilizó para determinar la muestra correspondió al no probabilístico por conveniencia, precisamente porque las ocho empresas son las que resultaron accesibles a los investigadores (Otzen, 2017). La comunicación con los propietarios de estas empresas inició a principios de abril del 2020.

Consentimiento Informado

Los propietarios de las empresas que participaron en las entrevistas lo hicieron voluntariamente. Accedieron a formar parte de este estudio a través de la recepción del consentimiento informado, que se hizo vía internet (ver apéndice A).

Confidencialidad

La confidencialidad de la identidad de los propietarios de las empresas se garantiza. En la presentación de los resultados no se mencionan los nombres de dichos sujetos, manteniéndolos en el anonimato. El tenor del consentimiento informado incluye esta condición, una copia de este documento queda en poder de los participantes. Sin embargo, las entrevistas se realizan a través de medios tecnológicos de audio, por lo que, fueron grabadas para su posterior transcripción y análisis.

Localización Geográfica

Los propietarios de las empresas participantes en este estudio se encuentran localizados geográficamente en distintas áreas del territorio ecuatoriano, precisamente

en donde se asientan sus organizaciones. Así, se realizaron dos entrevistas en la provincia de Orellana, una en Cotopaxi (servicios de alojamiento y comida), una en Santo Domingo (servicios de asesoría e instalaciones eléctricas) y cuatro en Pichincha (servicios legales, tributarios y financieros; servicios de implementación de aire; educación; y, aislamiento térmico).

Instrumentación

Para la recolección de datos se utiliza como técnica de investigación la entrevista, cuyo instrumento corresponde a la guía de entrevista (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) (ver apéndice B). La entrevista es de tipo semiestructurada, porque contiene preguntas abiertas de tipo general, que dan pie para establecer un conversatorio con los entrevistados sobre la temática y ampliar las respuestas, considerando que, al no ser una entrevista cara a cara, el medio de comunicación utilizado marca un ritmo diferente (Ardévol, Bertrán, Callén, & Pérez, 2003).

Se realizan preguntas para generar respuestas que permiten identificar las características de los emprendedores, sus motivaciones para iniciar sus negocios, las herramientas de gestión que utilizaron para el efecto, el tiempo que les ha tomado convertirse en empresarios de medianas empresas, su percepción sobre las limitaciones y estímulos que existen para el desarrollo del sector al que pertenecen (Lasio, Ordeñana, Amaya, & Zambrano, 2020).

En la guía de entrevista se incluyen preguntas que permiten conocer características propias de los entrevistados como su edad, género, escolaridad, ubicación de la empresa y su desempeño general dentro de esta; así como, ha sido la evolución de su empresa (Chávez & Traverso, 2017).

Las causas para emprender medianas empresas se relacionan con los ámbitos que se consideran en el estudio del GEM Ecuador, donde se describe el perfil del emprendedor (Lasio, Ordeñana, Amaya, & Zambrano, 2020); así mismo, se consideran las características de los emprendedores exitosos en cuanto a logros, planificación y poder (Lizarazo, 2009).

Recolección y Análisis de Datos

El instrumento que se utiliza en esta investigación como evidencia de la recolección de datos es la entrevista semiestructurada, la que por medio de la guía de entrevista permite tener con los informantes una conversación para conocer más a fondo sobre las causas que los motivaron a emprender en el país y de esta forma a cumplir con el objetivo del estudio propuesto.

Las entrevistas no son cara a cara, se utilizan las tecnologías de la información y comunicación para llevarlas a efecto, previo a concertar una cita con los propietarios de las empresas en cuestión. Como se mencionó, se usan entrevistas semiestructuradas con el fin de dar la oportunidad al entrevistado de contar sus experiencias, dar opiniones y aportar con sus conocimientos sobre el tema tratado (Ballester, Orte, & Oliver, 2016).

Para contactar a los propietarios de las empresas se realizan varias llamadas telefónicas a la empresa para solicitar una cita virtual que permita desarrollar la entrevista. Para el efecto, previamente los investigadores se identifican como estudiantes de posgrado de la Universidad Internacional del Ecuador e indican el propósito de su llamada. A paso seguido, se envía una carta al correo electrónico de la empresa dirigida a su propietario, advirtiéndole el objetivo del estudio e invitándolo a participar en éste; para que analice la posibilidad de hacerlo. Una vez que se confirma la disposición del propietario en participar como entrevistado se solicita una reunión virtual de aproximadamente 30 minutos en la que se da a conocer todos los detalles del

estudio, se fija la hora y el día para llevar a cabo la entrevista a través de video llamada o vía telefónica, de acuerdo a su conveniencia.

Las entrevistas se realizan siguiendo la guía de entrevista generada, además, se recuerda a los participantes el consentimiento informado y el propósito del estudio; también, se les solicita que aprueben la grabación para su posterior transcripción. El tiempo promedio que se tarda en realizar las entrevistas es de una hora, en la cual, se mantiene un ambiente adecuado en el que sobresale la cordialidad y el respeto.

Después de cada entrevista, se realiza la transcripción; los investigadores se reúnen y analizan cada una de las respuestas, dan sus opiniones y narran las experiencias que tuvieron al realizar cada una de las entrevistas. Establecen diferencias y semejanzas entre las respuestas obtenidas de cada participante para llegar a conclusiones.

Validez y Confiabilidad

La validez y confiabilidad de la recolección de datos considera lo que al respecto señala Hernández, Fernández y Baptista (2014) cuando señalaron que la confiabilidad de un instrumento está dado por el grado de similitudes que se producen cuando éste se repite al mismo objeto; en este caso, el objeto de estudio está dado por los propietarios de empresas de similares características. Es decir, que un instrumento que se aplica dos o tres veces al mismo objeto de estudio emite resultados consistentes.

Además, la validez está dada por la posibilidad que tiene el método de la investigación utilizado al ser capaz de responder a las preguntas formuladas (Rusque, 2003), por otro lado, el instrumento que se utiliza deberá reúne los requisitos necesarios para garantizar los resultados del estudio, por lo que, las conclusiones son creíbles y confiables (Pulido, 2015), para lo que, se trianguló la información obtenida a través de

la comparación entre las transcripciones de las entrevistas y la evidencia empírica existente sobre el mismo tema.

Finalmente, se consideró el juicio de expertos, quienes actúan como jueces, porque cuentan con los conocimientos y experiencia requerida (Galicia, Balderrama, & Navarro, 2014) en la aplicación de este tipo de estudios. En este caso se considera a los docentes del programa de posgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Internacional del Ecuador que actúan como directores de este estudio.

Resumen

La investigación tiene un enfoque cualitativo, de propósito descriptivo, involucra un proceso de razonamiento inductivo. La delimitación temporal es de tipo transversal. Se fundamenta en aportes teóricos relacionados con el tema en cuestión. La técnica de muestreo es no probabilística por conveniencia. La industria sujeta de estudio es la turística, de la cual se considera como muestra a ocho propietarios de empresas medianas del sector servicios ubicadas en el territorio nacional, específicamente en las provincias de Pichincha, Santo Domingo, Cotopaxi y Orellana. La técnica para recolectar información es la entrevista semiestructurada y el instrumento, la guía de entrevista.

El estudio garantiza la confidencialidad de los participantes y se cuenta con su aprobación a través del consentimiento informado.

Capítulo 4: Resultados

En este capítulo, se dan a conocer los resultados de las entrevistas, precisamente, para conocer las causas que motivaron a los emprendedores a crear medianas empresas en el país, a través del análisis razonado de las respuestas que otorgaron a las preguntas que se les realizó, lo que además, permitió llegar a generalizaciones para identificar las características que comparten los empresarios que se dedican a otorgar diferentes tipos de servicios en las distintas provincias del Ecuador, como se muestra a continuación.

Perfil de los Informantes

En este estudio participó un grupo de ocho propietarios de medianas empresas del sector servicios conformado por siete hombres y una mujer que se encuentran entre los 34 y 67 años de edad. En cuanto a su nivel de formación, uno cuenta con un doctorado (PhD), otro con título de cuarto nivel, tres con título de tercer nivel, dos son bachilleres y uno estudió únicamente la primaria. Siete de los entrevistados llevan entre cinco y 14 años en el mercado y uno está a cargo de una empresa familiar que tienen más de 53 años de vida.

De los ocho empresarios entrevistados: cuatro son propietarios de empresas que ofrecen servicios de alojamiento y alimentación, tres domiciliadas en la provincia de Orellana y una en la provincia de Cotopaxi; por su parte, tres están en Pichincha, de las cuales, una brinda servicios de asesoría legal, tributaria y financiera; una está en la línea de la educación y otra provee servicios relacionados con aislamiento térmico; finalmente, una está en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas y se dedica a dar servicios de asesoría e implementación de aire.

Resultados de los Criterios Estudiados

A continuación, se presentan las respuestas de los entrevistados (informantes) con su debido análisis e interpretación:

Pregunta 1. ¿Cuál es su edad?

- Informante 1. 34 años.
- Informante 2. 59 años.
- Informante 3. 38 años.
- Informante 4. 67 años.
- Informante 5. 43 años.
- Informante 6. 51 años.
- Informante 7. 64 años.
- Informante 8. 47 años.

Análisis e interpretación:

El promedio de edad de los empresarios de medianas empresas participantes en este estudio es de 50 años, 18 años más que el promedio referido por el GEM Ecuador para los emprendedores múltiples (Lasio, Ordeñana, Amaya, & Zambrano, 2020), no obstante, es coherente con lo expuesto por Cardozo (2010) quien señaló que la idea de una nueva empresa se vincula con la experiencia previa de las personas y generalmente se produce por presiones sociales y económicas, por lo tanto, la ambición emprendedora nace en la edad adulta. Es decir, en la idea de invertir recursos para la creación de un negocio intervienen diversos factores que se relacionan con el ámbito social y económico, por consiguiente, la edad es un factor fundamental al momento de tomar la decisión para crear empresas y por ende se produce cuando las personas ya cuentan con una personalidad y carácter firme, son más seguros y controlan sus emociones (Uriarte, 2005), dándoles más seguridad y firmeza al momento de tomar decisiones.

Pregunta 2. ¿Qué nivel educativo tiene?

- Informante 1. Cuarto nivel.
- Informante 2. Tercer nivel.
- Informante 7. Tercer nivel.

- Informante 3. Tercer nivel.
- Informante 4. Tercer nivel.
- Informante 5. Bachiller técnico.
- Informante 6. Primaria.
- Informante 8. Una licenciatura, dos maestrías (una en derecho y otra en administración de empresas) y un PhD.

Análisis e interpretación:

El nivel de escolaridad que predomina en los empresarios entrevistados los ubica como licenciados o ingenieros, lo que no es coherente con el perfil del emprendedor marcado por el GEM Ecuador, que indica que el promedio de años de escolaridad de los emprendedores múltiples es algo más de 12 (Lasio, Ordeñana, Amaya, & Zambrano, 2020); es decir que los creadores de micro o pequeños negocios no cuentan con títulos universitarios, aspecto que, definitivamente marca la diferencia en la administración de empresas, al considerar que, la capacidad de gestión del propietario incide en el crecimiento de la empresa y este definitivamente está ligado a la formación o capacitación que tenga.

Pregunta 3. ¿Cuenta con otra empresa o realiza alguna actividad económica adicional?

- Informante 1. no.
- Informante 2. Sí, otro negocio de transporte.
- Informante 3. Aperturas de nuevas líneas de desinfección y sondeos de tubería mediante cámaras.
- Informante 4. No, únicamente el hotel.
- Informante 5. Empresa de diseño industrial a fin al negocio principal.

- Informante 6. Sí otras como cultivo de banano, producción de leche, accionista y gerente general de una empresa dedicada a la producción y exportación de rosas
- Informante 7. No.
- Informante 8. Oficina de abogados, inversiones y bienes raíces.

Análisis e interpretación:

Se pudo evidenciar que existe una tendencia entre los empresarios entrevistados por diversificar sus actividades económicas, no se centran en una sola, sino que buscan nuevas oportunidades para crear negocios, sin embargo, de que estos no siempre se asocian a la actividad principal que realizan. Lo que es coherente con lo expuesto por León (2016) quien señala que los empresarios producto del desarrollo de la economía global optan por incorporar actividades económicas nuevas para transformarse o mantener su empresa dinámica y sostenible, de manera que, bien podría decirse que se ubican dentro de los emprendedores exitosos que identifican claramente lo que quieren hacer y eliminan de su pensamiento las ideas que representan barreras para emprender (Alcaraz, 2011), porque no se limitan a ofrecer sólo un servicio sino que procuran ver en qué otro sector económico pueden invertir para crear nuevos negocios.

Pregunta 4. ¿Qué fue lo que le motivo a crear su empresa?

- Informante 1. Oportunidades identificadas de negocio y percibir más ingresos económicos propios.
- Informante 2. La necesidad de trabajar y mejorar posibilidades para surgir.
- Informante 3. Una idea y una necesidad.
- Informante 4. La necesidad de alojamiento en la zona de las empresas petroleras, vi una oportunidad de negocio para dar facilidades a las empresas petroleras y turistas.

- Informante 5. Salí del trabajo y tuve la oportunidad de aprender un nuevo negocio, además, hubo la necesidad.
- Informante 6. El encanto de la naturaleza, clima y calidad de personas que se puede encontrar en la ubicación del hotel ofreciendo un servicio de calidad, con un toque moderno para los visitantes que buscan nuevas alternativas de hospedaje.
- Informante 7. Mejoramiento económico.
- Informante 8. Primero la oportunidad de crear un centro educativo, segundo, mejorar la economía y tercero, el deseo de servir a la comunidad.

Análisis e interpretación:

Dentro de los factores que intervienen en la motivación que tuvieron los entrevistados por crear empresa prevalece la oportunidad que se les presentó para el efecto, seguido de la necesidad y la idea de mejorar su economía, lo que se podría decir que coincide con los resultados de GEM Ecuador, que señala que el 52.5% de emprendedores crean negocios puesto que ven una oportunidad para acumular riqueza y el 32.3% por necesidad (Lasio, Ordeñana, Amaya, & Zambrano, 2020). Por otro lado, están dentro de aquellos que se consideran exitosos precisamente porque son capaces de tomar decisiones en función de las oportunidades que se les presenta (Alcaraz, 2011); es decir, que los propietarios de medianas empresas detectan aquellos factores positivos del entorno que surgen y que significan posibilidades de desarrollo para sacarles provecho al generar organizaciones que les rindan beneficios.

Pregunta 5. ¿Cuánto tiempo se demoró en cristalizar su idea de negocio?

- Informante 1. Un año.
- Informante 2. Dos años.
- Informante 5. Cinco años.
- Informante 6. Tres años aproximadamente.

- Informante 3. Tres meses de investigación y cristalización.
- Informante 4. Dos años.
- Informante 7. Un año.
- Informante 8. Dos años

Análisis e interpretación:

El tiempo promedio que se demoraron los empresarios entrevistados en cristalizar su idea de negocio fueron dos años, lo que indica que estos emprendedores en poco tiempo decidieron arriesgarse y aventurarse a alcanzar el éxito fundamentado en perseverancia y esfuerzo con el fin de cumplir sus metas; es decir que, cumplen con ciertas características de los emprendedores exitosos como son decisión y riesgo (Orbe & Santacruz, 2017).

Pregunta 6. ¿Qué fue lo que hizo para lograr establecer su empresa?

- Informante 1. Realicé convenios, analicé porcentajes actuariales, me basé en la experiencia y consideré el capital social.
- Informante 2. Establecí relaciones con el público externo con el fin de satisfacer sus necesidades, especialmente de los clientes, invertí los recursos necesarios y procuré ofertar un servicio de vanguardia.
- Informante 3. Capitalicé y direccioné la oferta hacia empresas que requerían el servicio a gran escala.
- Informante 4. Me endeudé para adquirir lo requerido y aprovechar las oportunidades de negocio.
- Informante 5. La necesidad de progresar, apoyarme en profesionales, mantener buenas relaciones con todos aquellos que estaban vinculados de alguna forma al negocio y crear políticas de capital social.

- Informante 6. Tener una visión de prosperidad común, con esfuerzo sacrificio y perseverancia para disponer de fondos suficientes para poder realizar la inversión.
- Informante 7. Realizar un estudio del negocio, planificar y hacer un préstamo.
- Informante 8. Detecté la oportunidad que se presentó para adquirir el inmueble que serviría para el efecto, lo que permitió hacerlo realidad, aproveché los conocimientos sobre administración y busqué gente que sepa de administración educativa para que colaboren en el desarrollo del proyecto.

Análisis e interpretación:

Los empresarios entrevistados coinciden en que el establecimiento de su negocio fue el resultado de sacar provecho a la oportunidad que se les presentó, hacen énfasis en la necesidad que tuvieron de buscar apoyo extra de otras personas que pudieran aportar con sus conocimientos, por lo tanto, bien podría decirse que este grupo de emprendedores pertenece al grupo en el que existe un poder imperial de hacer su negocio grande, porque su necesidad de creación es fuerte (Ollé & otros, 2007), lo que los ubica dentro del tipo de emprendedor-empresario que posee características que los pueden llevar al éxito debido a que tomaron decisiones oportunas, saben comunicar sus ideas y asumen los riesgos.

Pregunta 7. ¿Por qué eligió la ciudad en la que funciona actualmente su empresa?

- Informante 1. (Se encuentra en Quito). Por lo ventajoso que representa el entorno social y laboral, lo que permite contar con socios estratégicos y personal capacitado que apoya el desarrollo de la empresa.
- Informante 2. (Se encuentra en El Coca) Por ser una ciudad petrolera que contribuye a la dinamización económica del lugar, además, es una ciudad relativamente nueva en donde se puede crecer porque no existe aún mucha

competencia y finalmente, porque es aquí en donde se encontraban los recursos que se requería para iniciar el negocio.

- Informante 3. Porque me encontraba radicada en esta ciudad, la mano de obra es barata y es el centro del país (Santo Domingo de los Tsáchilas), lo que hace que esté cerca a grandes ciudades.
- Informante 4. (Se encuentra en El Coca) Realmente, por coincidencia porque trabajaba en la zona y me había radicado en el lugar.
- Informante 5. Por la disponibilidad de contar con un espacio propio y precisamente en una zona industrial en la que hay demanda del servicio ofertado.
- Informante 6. Por su ubicación, clima y naturaleza única que presenta, a poco tiempo de distancia entre la Sierra y la Costa de nuestro país, siendo una zona atractiva para la actividad turística.
- Informante 7. Precisamente por ser la capital del país: Quito, reconocida como una de las mejores plazas comerciales.
- Informante 8. (Quito) Porque aquí vivo y el sector era el de mayor crecimiento a nivel nacional, a lo que se unió la oportunidad de comprar el bien inmueble lo que contribuyó a su creación.

Análisis e interpretación:

En las respuestas otorgadas por los entrevistados, se puede notar que siete de los ocho establecieron sus negocios en ciudades que, de acuerdo al giro de éstos, cuentan con características apropiadas para su desarrollo, lo que se puede considerar dentro de las ventajas competitivas, porque de la ubicación de un negocio depende que pueda o no atraer a clientes y por ende que dure o no en el mercado (Sapag, 2007), también porque el éxito o fracaso de las empresas depende en gran medida del lugar en que se

encuentren. En este sentido, se evidencia que los empresarios antes de crear su empresa definieron el sitio en donde establecer la organización, consideraron las condiciones de la zona para distinguir los factores que pudieran afectar a su crecimiento en el futuro; en otras palabras, visualizaron sus objetivos a largo plazo (Orbe & Santacruz, 2017), lo que indica que cuentan con características propias de los emprendedores exitosos.

Pregunta 8. ¿Buscó ayuda económica para emprender con su negocio?

- Informante 1. No.
- Informante 2. Sí, en instituciones bancarias.
- Informante 3. No, porque contaba con los recursos necesarios, por lo tanto, se trató de una inversión propia, además, vendí algunos activos para capitalizar.
- Informante 4. Realicé préstamos, en su mayoría al Banco Internacional.
- Informante 5. Sí, préstamos con bancos.
- Informante 6. Realicé trámites para obtener crédito directo con los proveedores.
- Informante 7. Sí, préstamos bancarios.
- Informante 8. Sí a través de la familia y préstamo bancario, aunque sin eso igual hubiese podido cristalizar el negocio.

Análisis e interpretación:

Las respuestas de los entrevistados evidencian que predomina el financiamiento a través del sistema bancario nacional para la creación de emprendimientos, esto contradice lo expuesto por Aguirre (2015) quien señaló que las pymes conocen escasamente de fuentes y formas de financiamiento que ofrecen las entidades financieras privadas. Por lo tanto, se puede decir que los emprendedores participantes en este estudio cuentan con la característica de investigación, como atributo de emprendedores exitosos (Orbe & Santacruz, 2017). En otras palabras, sí investigaron

sobre el tema, lo que les permitió contar con los recursos requeridos para crear sus negocios.

Pregunta 9. ¿Realizó algún estudio técnico previo a la creación de su empresa para conocer su viabilidad?

- Informante 1. No, porque ya tenía experiencia en el campo.
- Informante 2. Sí se realizó.
- Informante 3. Se realizó un estudio de mercado.
- Informante 4. No porque estaba claro la necesidad era muy visible.
- Informante 5. No porque ya trabajaba en el negocio y me independicé.
- Informante 6. No se lo realizó técnicamente, pero se hizo una investigación de la cantidad de turistas que llegan al sector y los principales atractivos turísticos.
- Informante 7. No, me basé en mi experiencia obtenida en otras empresas similares.
- Informante 8. No, porque aún no tenía el MBA, pero sí vi una oportunidad y me guie por la experiencia de mi padre, quien tuvo una escuela por 4 años antes de que fundará el colegio.

Análisis e interpretación:

La respuesta que predomina indica que los empresarios de medianas empresas no realizaron un estudio técnico previo que les permitiera identificar la viabilidad del negocio, es decir, que vieron una oportunidad, decidieron y asumieron el riesgo; sin embargo, a decir de cinco de los ocho entrevistados, se basaron en la experiencia, lo que les ha permitido mantenerse en el mercado, lo que concuerda con lo expuesto por Sansores y Navarrete (2018) quienes señalaron que la capacidad del empresario de las pymes principalmente se basa en su experiencia, debido a que aprenden haciendo y afianzan sus conocimientos cuando mantienen contacto con otros empresarios.

Pregunta 10. ¿Cuántos años tiene su empresa de vida?

- Informante 1. 10 años.
- Informante 2. 54 años, porque es una empresa familiar a mi cargo tiene 14.
- Informante 3. Ocho años.
- Informante 4. 14 años.
- Informante 5. 10 años.
- Informante 6. Cinco años.
- Informante 7. Siete años.
- Informante 8. 14 años

Análisis e interpretación:

En promedio, las empresas de los entrevistados tienen 15 años a su cargo o en el mercado, lo que contradice a los resultados del GEM Ecuador que señalan que los emprendimientos en el país no superan los 42 meses de antigüedad (Lasio, Ordeñana, Amaya, & Zambrano, 2020), por otra parte, estos resultados indican que se trata de empresarios perseverantes que han luchado por sus objetivos de forma constante, lo que los incluye dentro de la categoría de emprendedores de éxito.

Pregunta 11. ¿Cuáles han sido los principales desafíos que ha tenido que enfrentar para mantenerse en el mercado?

- Informante 1. No los reconozco como desafíos, sino como oportunidades de mejora tanto en los servicios, así como, en la posibilidad de conocer la capacidad que se tiene como organización para definir límites.
- Informante 2. La legislación, la legalidad, los impuestos, las crisis sociales y económicas del país.
- Informante 3. La atención a clientes demasiado complejos y el ofrecer un producto único que se diferencia de otros similares en el mercado.
- Informante 4. Al inicio no había desafíos, porque había mercado para poder cubrir con las demandas del negocio, todo el tiempo era temporada alta por las empresas petroleras. Ahora la realidad es otra.

- Informante 5. La competencia con empresas más grandes y la guerra de precios para competir.
- Informante 6. Son la capacidad y el talento de las personas del sector para ofrecer un servicio de calidad y satisfacer las expectativas de los clientes, también la falta de apoyo de la institución pública, además de las paralizaciones realizadas el año anterior y con la pandemia se ha debilitado la actividad turística en todo el mundo.
- Informante 7. La competencia en el mercado.
- Informante 8. El nivel económico de los padres de familia a quienes servimos porque no cancelan o lo hacen cuando ellos desean o pueden, lo que limita el desarrollo; por lo que, subsidiamos a un alto porcentaje de alumnos que sus padres no pueden pagar.

Análisis e interpretación:

Entre las respuestas que dieron los empresarios se destacan factores relacionados con la economía que afecta su rendimiento, lo que concuerda con los resultados de GEM Ecuador en los que se señala que la valoración más baja dada por los emprendedores precisamente está relacionada con las políticas gubernamentales que afectan el desarrollo económico del país (Lasio, Ordeñana, Amaya, & Zambrano, 2020), a este factor se suman las dificultades que se presentan por la competencia existente en el mercado, lo que limita su desarrollo, tal como lo refiere Gualotuña (2011) quien señaló que las medianas empresas son susceptibles a los cambios repentinos que se producen por las políticas económicas, así como la competencia agresiva.

Pregunta 12. ¿Qué factores o aspectos le han permitido mantener su negocio a flote?

- Informante 1. El manejo financiero adecuado, el manejo adecuado del talento humano y la calidad de los servicios que se ofrecen.
- Informante 2. La situación geográfica en donde estamos, el apoyo familiar y el nombre o reputación ganada a través de los años.
- Informante 3. El factor social, la relación con el cliente interno para reflejarlo en el cliente externo, el factor económico traducido en ofrecer buenos precios.
- Informante 4. La presencia y aporte de las empresas petroleras nos han dado solvencia para poder seguir, mejorar, crecer y cumplir con todos los compromisos, es decir los huéspedes y las compañías nos mantienen a flote.
- Informante 5. El apoyo familiar, nunca darse por vencido en las buenas y malas y el ofrecer un servicio de calidad.
- Informante 6. Empresarios que realizan actividades comerciales e inversiones en el sector, quienes utilizan nuestros servicios.
- Informante 7. Trabajar con la industria privada y las negociaciones que se mantienen con los clientes.
- Informante 8. La base filosófica y de principios sobre la que se fundamenta el colegio, que se traduce en buen trato a los docentes, estudiantes y padres de familia, profesionalismo en el manejo de estándares de la institución y el buen manejo financiero.

Análisis e interpretación:

Dentro de las respuestas otorgadas por los entrevistados, se destaca como factor que incide en que sus empresas se mantengan a flote la aceptación de los clientes, lo que se traduce en perseverancia para lograr contar con la calidad de servicios requerido para mantener su fidelidad. Este aspecto, a la vez se relaciona con la característica de los emprendedores exitosos, definido por su capacidad de control (Orbe & Santacruz,

2017) que seguramente hacen que sean cautelosos al momento de desarrollar tareas que se involucran en sus proyectos, al tomar la iniciativa, realizar evaluaciones y corregir lo que se requiera en función de mantenerse en el mercado.

Pregunta 13. ¿A su criterio, cómo debe ser un emprendedor que desea cumplir con su idea de negocio?

- Informante 1. Tener la capacidad de adaptación al cambio constante, en aspectos: sociales, económicos, tecnológicos.
- Informante 2. Pensar siempre en grande, pensar en algo más grande cada vez y ponerse metas.
- Informante 3. Tener innovación, tener ganas, tener ideas, tener capitalización, liquidez, flujo de dinero, creer en lo que quieres hacer y objetivos claros.
- Informante 4. Tener decisión, realizar una planificación cuando encuentre la necesidad de hacerlo, buscar los parámetros hacia dónde va a enfocar el negocio, establecer el tamaño del negocio porque no se puede tener un hotel muy lujoso.
- Informante 5. No darse por vencido, seguir adelante, luchar, analizar a fondo el proyecto, tener identidad.
- Informante 6. Creer en sí mismo, cristalizar sus sueños con ética e integridad, esforzándose día a día y aprovechar las oportunidades.
- Informante 7. Conocer del negocio, capacitar al personal y visitar nuevos clientes.
- Informante 8. Primero tener la experiencia en el área que se va a desarrollar o rodearse de gente capacitada y con experiencia; segundo, la perseverancia, no puedes darte por vencido al primer tropiezo que surja, con esto quiero decir que, debes tener esa visión y deseo interno que te mueva a resolver problemas;

tercero, no creer que eres una enciclopedia, por lo tanto, debes rodearte de gente que llene los vacíos que tengas de conocimiento y experiencia.

Análisis e interpretación:

Las respuestas a la pregunta realizada son heterogéneas, sin embargo, al analizarlas se puede distinguir que un emprendedor, a criterio de los entrevistados, debe ser persistente, lo que lo enmarcaría dentro de las características de los emprendedores orientadas al logro, porque éste sería un requisito básico para adaptarse a los cambios, pensar en grande, trabajar bajo objetivos o metas e innovar; además, se distingue la característica del planificador que se fija metas y busca información para hacer frente a los cambios que se presentan en el mercado. Finalmente, se presenta la característica del poder, adjudicada porque debe contar con autoconfianza para lograr cristalizar su idea de negocio (Lizarazo, 2009).

En definitiva, desde la perspectiva de los entrevistados un emprendedor que desea cumplir su idea de negocio debe ser persistente o perseverante, planificador al fijarse metas y buscar información que le permita tener el conocimiento necesario para tomar decisiones para aprovechar las oportunidades existentes en el entorno y finalmente confiar en sí mismo y en sus capacidades para cumplir con su sueño.

Pregunta 14. ¿Cómo pronostica será el futuro a mediano plazo de su negocio?

- Informante 1. En los próximos dos o tres años por la crisis actual que se atraviesa es probable que exista una disminución en ventas de los servicios actuales, sin embargo, Spingarn & Marks S.A estima de acuerdo a las nuevas tendencias en el mercado y su comportamiento INNOVAR, crear nuevos servicios.

- Informante 2. Va a depender del tema salud, se estima que hasta el segundo semestre del siguiente año habrá recién un crecimiento en turismo.
Actualmente, se encuentra frenado.
- Informante 3. El escenario es positivo, porque la pandemia nos ha internacionalizado con productos de fabricación nacional en los servicios que ofrecemos.
- Informante 4. Incierto, por temas de la pandemia y temas políticos, aún no hay facilidades, hay crisis y compromisos que no se pueden cumplir.
- Informante 5. Una baja de servicios, habrá trabajo, pero en menor cantidad, sin embargo, estamos preparados y tenemos stock para enfrentar los nuevos retos que se presenten.
- Informante 6. A mediano plazo el negocio es crítico, especialmente por la pandemia por lo que es importante mantenerse a la espera de una posible solución y la reactivación del sector.
- Informante 7. Solo con la expectativa de crecimiento, eso esperamos.
- Informante 8. Con estos problemas económicos de la pandemia vamos a poder mantenernos, en este sentido, la decisión administrativa es sobrevivir este año y posiblemente el siguiente, en otras palabras, no espero tener utilidades.

Análisis e interpretación:

Para los entrevistados que tienen un giro de negocio que no se asocia con servicios sanitarios, los pronósticos del futuro de sus empresas a mediano plazo son negativos, asumen que habrá un decrecimiento de sus ventas, por lo que, lo califican como incierto y crítico; esperan sobrevivir, sin obtener utilidades con la esperanza de que las cosas mejoren una vez superada la crisis provocada por la pandemia. Lo que es ratificado por el Banco Central del Ecuador, que estimó que el PIB ecuatoriano

producto de la pandemia decrecerá un 7.3% en el 2020 en el mejor de los escenarios (El Comercio, 2020). No así, el empresario que ofrece servicios asociados a la salud, porque para él las circunstancias que actualmente se viven le permiten pronosticar que su empresa crecerá.

Pregunta 15. ¿Cómo le afectó la actual pandemia?

- Informante 1. Se alcanzó el volumen de ventas estimado.
- Informante 2. Afectó muchísimo. Se puede decir que en general, tuvimos que reducir costos al máximo.
- Informante 3. Tuvimos un impacto grande a nuestra empresa, ya que depende también de la realización de eventos, lo cual se terminó; sin embargo, han surgido nuevas ideas para abrir nuevos mercados relacionados con el área de salud.
- Informante 4. Tremendamente, fuerte golpe a nuestra economía, porque, dependemos al cien por ciento de la actividad petrolera, producto de lo cual, hemos tenido que hacer ajustes para reducir costos.
- Informante 5. Complicado, porque solo nos hemos dedicado a terminar trabajos contratados antes de la pandemia.
- Informante 6. Sin palabras. La situación es realmente compleja, nos afectó y nos sigue afectando y el problema es que no sabemos en qué tiempo podremos reactivarnos al cien por ciento y lograr recuperar la inversión realizada.
- Informante 7. Nos afectó económicamente porque hubo restricción de adquisición de los servicios y reducción de clientes, lo que ha afectado los ingresos y por ende nos ha tocado hacer ajustes.

- Informante 8. Desde el punto de vista económico tuvimos que hacer ajustes, bajando costos, reducción de salarios, cero inversiones en la institución, despido de personal. Ha sido fuerte.

Análisis e interpretación:

Todos los empresarios que brindan servicios que no se relacionan con asesoría legal, tributaria y financiera destacan que la pandemia afectó su empresa, señalan que disminuyeron los ingresos, tal como lo refirió el Ministerio de Finanzas, hasta mayo de este año Ecuador registró pérdidas acumuladas de más de 15 millones de dólares, del cual, el 70% correspondió al sector productivo, siendo las actividades que más pérdidas presentaron: el comercio, los servicios y la manufactura (El Comercio, 2020). Producto de ello, las empresas tuvieron que hacer ajustes para reducir los costos, lo que indica el deterioro económico que está dejando la crisis actual que afecta no únicamente a las empresas, sino a prácticamente a todos los pobladores del país, tal como lo sugiere los resultados de las encuestas realizadas al respecto por los autores del GEM Ecuador.

Pregunta 16. ¿Qué medidas tomó o tomará para que su empresa continúe en el mercado, pese a las dificultades existentes en el medio producto de la pandemia?

- Informante 1. Se tomarán medidas de tipo comercial, negociación con los clientes y proveedores, se tomará decisiones de tipo financiero para reducir costos al máximo y la implementación de tecnología al máximo en cada proceso.
- Informante 2. Se hizo una reestructuración económica de la empresa para bajar gastos no necesarios para el desarrollo y se promocionará en su momento para captar nuevos clientes y fidelizar a los que ya se tenían.
- Informante 3. Mantener relaciones más cercanas con nuestros clientes, realizar acuerdos comerciales de ambas partes para seguir trabajando, reducción de

jornadas, uso de recursos únicamente necesarios, innovar y dar solución a nuevas necesidades de los clientes.

- Informante 4. Se ha tratado de mantener una reunión con las autoridades para solicitarles una reducción de los impuestos o condonación de deudas, pero aún no se tiene una respuesta; se redujo el personal o se amenoró la jornada laboral para no prescindir de sus servicios y se distribuyó y distribuirá de mejor forma lo poco que se tiene.
- Informante 5. Se procura mantener las relaciones con los clientes, se redujo personal, se redujeron las horas de trabajo, no se tienen expectativas claras de lo que va a suceder, estamos preparados para afrontar seis meses toda la estructura económica, el futuro es incierto.
- Informante 6. Reducción de jornadas laborales, reducción de personal al mínimo, inversiones paralizadas en mejoras, lamentablemente, la reactivación económica no se producirá de inmediato, por lo tanto, no se sabe hasta cuándo se tendrán que mantener estas medidas.
- Informante 7. Disminución del horario laboral lo que representa reducción de sueldos en el 25% menos y por consiguiente, reducción también en los aportes al seguro social.
- Informante 8. Mantenernos con bajos costos porque la situación no ha cambiado y mientras dure no se puede hacer nada más. Es eso o dejar de trabajar porque no podemos ir a pérdida ya que eso no es sustentable.

Análisis e interpretación:

Todos los empresarios señalan que, para mantenerse en el mercado tuvieron que reducir los costos al máximo como medida para afrontar las dificultades existentes en el medio producto de la pandemia, lo que en la mayoría de los casos provocó reducción de

jornadas laborales lo que implicó reducción de salarios o de personal. Lo que es confirmado por una investigación realizada que asegura que los retos que enfrentaron las empresas desde que inició la cuarentena por la pandemia incluyó “reajuste de nómina, reducción de la jornada laboral, nuevas contrataciones e innovación tecnológica” (El Universo, 2020, p. 1). Una triste realidad que afecta a miles de hogares ecuatorianos, lo que disminuye la capacidad adquisitiva y disminuye la dinamización de la economía, afectando el desarrollo nacional.

Resumen

Los resultados obtenidos a través de las entrevistas realizadas a ocho empresarios de medianas empresas del sector servicios que oscilan entre los 34 y 67 años, permitieron identificar que figuran como propietarios más hombres que mujeres, que en su mayoría cuentan con títulos universitarios.

Las principales causas que impulsaron a los emprendedores a cristalizar su idea de negocio incluyen el aprovechamiento de las oportunidades que se les presentaron para el efecto, la necesidad y mejorar su economía.

Los empresarios de medianas empresas del sector servicios participantes en este estudio se caracterizan por ser persistentes, tomar decisiones oportunas, fijarse metas, confiar en su potencial y asumir los riesgos.

Capítulo 5: Conclusiones y Recomendaciones

En este capítulo, se presentan las conclusiones y recomendaciones que se obtuvieron a partir de la ejecución de este estudio, las que, son una respuesta a los objetivos establecidos en la significancia de la investigación sobre el que se fundamenta el mismo. Además, se incluyen los principales hallazgos obtenidos en la investigación de campo, en donde participaron ocho propietarios de medianas empresas ecuatorianas.

Conclusiones

- La realidad en torno a las razones que motivaron a los emprendedores de las medianas empresas participantes en este estudio, para poner en práctica sus ideales de negocio se traducen en que reconocieron las oportunidades que se les presentó, a lo que se sumó la necesidad de generar ingresos para mejorar su economía, aspectos que concuerdan con los resultados de GEM Ecuador en este sentido; sin embargo, los empresarios entrevistados también muestran deseos constantes de progreso, por lo que, bien puede decirse que se trata de personas visionarias que, al detectar una oportunidad se trazan metas y trabajan para alcanzarlas.
- Los empresarios que participaron en este estudio se caracterizan por formar parte del grupo emprendedor-empresario, son perseverantes, toman decisiones oportunas, asumen riesgos, consideran los factores que pueden afectar a su crecimiento, visualizan sus objetivos a largo plazo, basándose sobre todo en la experiencia más que en el análisis técnico, lo que les ha permitido mantenerse algunos años en el mercado.
- Los emprendedores de medianas empresas del sector servicios participantes en el estudio tienen en promedio 47 años de edad, la que es mayor a la estipulada por el GEM Ecuador. La mayoría cuenta con estudios universitarios, lo que es

igual al referido por el mismo estudio, cuando se refiere a emprendedores múltiples, categoría a la que pertenecerían los entrevistados porque tienden a diversificar sus actividades económicas, buscan nuevas oportunidades para crear negocios. El tiempo promedio en que cristalizaron su idea de negocio fue dos años. Este grupo recalca como factores negativos del ambiente emprendedor a las políticas públicas que afectan el desarrollo en el país.

- El grupo entrevistado pronostica negativamente el futuro a mediano plazo de su negocio, por el decrecimiento de sus ventas y un panorama económico que resulta incierto y crítico, por lo que, tuvieron que tomar medidas drásticas que incluyeron recortes en sus costos que afectaron sobre todo a los trabajadores. Este es un efecto de la crisis económica provocada por la pandemia, por lo tanto, para ser sostenibles tendrán que innovar y procurar captar nuevos nichos de mercado.

Recomendaciones

- Para emprender en el ámbito de medianas empresas se recomienda, mantener una formación académica que provea del conocimiento requerido que permita visualizar las oportunidades existentes en el entorno para sacarles el mayor provecho posible al momento de crear negocios.
- Para que un empresario sea exitoso se recomienda que sea perseverante, asuma riesgos en función del planteamiento de objetivos y metas, al considerar aquellos factores que pudieren afectar el desarrollo de su negocio, poniendo en práctica su experiencia y apoyándose en otros que cuenten con los conocimientos y experiencia requerida para impulsar los proyectos que se tracen.

- Para afrontar las dificultades que pueden presentarse de forma inesperada en el mercado es preciso innovar constantemente y adaptarse a los cambios que el medio demanda, manteniendo siempre un servicio o producto de calidad que satisfaga plenamente las expectativas de los clientes, con el fin de fidelizar a los clientes y llegar a nuevos segmentos de mercado.

Contribuciones Teóricas y Prácticas

En términos generales, este estudio sirvió para afianzar el conocimiento que se tenía sobre el emprendimiento empresarial en el país y para descubrir las causas que motivaron a los emprendedores de medianas empresas a crearlas, como un estímulo para quienes tienen el deseo de cristalizar su idea de negocio.

De forma específica, sirvió para establecer las características que debe tener un emprendedor para lograr no solo poner en práctica su negocio, sino para hacerlo competitivo y sostenible, lo que concuerda con los aportes de varios estudiosos de la materia y que se citaron en este estudio, como: Alcaraz, Cantillon, Cardozo, Carrera, Chávez y Traverso, Juna, entre otros. Para el efecto, se analizaron distintos criterios de empresarios que, si bien se encuentran dentro del sector servicios, están inmersos en diferentes actividades. Así, se pudo descubrir que no todos los criterios que se establecen dentro del perfil del emprendedor establecido por el GEM Ecuador son compartidos por los propietarios de medianas empresas, se encontró diferencia en los años de edad, dejando claro que la edad adulta prevalece en este tipo de empresarios, sin embargo, se encontró coincidencias en los años de escolaridad, en razón de que la mayoría son profesionales.

Sobre la base de los resultados de la investigación de campo se puede afirmar que las causas que motivaron a los empresarios de medianas empresas participantes en este estudio a crear sus negocios incluyen: la oportunidad que detectaron para

cristalizar su idea de negocio, la necesidad de crear y el mejoramiento de sus ingresos. Además, las principales características que se identifican en el grupo de estudio incluyen la perseverancia, la capacidad de asumir riesgos, la visualización de objetivos a largo plazo y la experiencia.

Conjuntamente, en este estudio se pudo evidenciar que para la creación de empresas en el país no prevalece el estudio técnico que identifique su viabilidad, lo que desdice a la teoría administrativa en este sentido, porque la mayoría se basa en su experiencia y decide arriesgarse al momento de crear un negocio.

En cuanto a las contribuciones prácticas, ha servido para identificar la metodología de la investigación que mejor se acopla a este tipo de estudios, aportando de esta forma con quienes pudieren incurrir en el desarrollo de investigaciones similares.

Futuras Investigaciones

Los resultados de este estudio se han contrastado con la evidencia empírica previamente analizada en el capítulo dos de este documento, lo que sirve como plataforma para abrir otras líneas de investigación centradas en analizar de forma más profunda el perfil y características de los empresarios de los distintos tipos de empresas existentes, así como, de diversos sectores para identificar semejanzas y diferencias entre aquellos que se encuentran dentro de la clasificación de las micro, pequeñas, medianas o grandes empresas.

Así mismo, se pueden abrir estudios descriptivos que identifiquen las causas y efectos de la evolución de las empresas en el país, por ejemplo: los factores asociados que intervienen para la transformación de pequeñas a medianas empresas o de medianas a grandes empresas. Una vez que pase la pandemia y la economía presente índices de crecimiento se podría estudiar sobre las estrategias que usaron las pymes

para mantenerse en el mercado y ser competitivas; a través de estudios de caso, también, se podría evaluar a las empresas, al relacionar lo que sucedió con su gestión administrativa antes, durante y después de la pandemia.

Referencias

- Abreu, J. (2014). *El método de la investigación*. Obtenido de Daena: International Journal of Good Conscience. 9(3)195-204: [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Aguirre, M. (2015). *Fuentes y formas de financiamiento para pequeñas y medianas empresas del sector comercial de Quito, Periodo 2010-2020 (tesis de maestría)*. Obtenido de Universidad Tecnológica Equinoccial: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/17319/1/63713_1.pdf
- Alcaraz, R. (2011). *Emprendedor de éxito*. Ciudad de México: Editorial Mc Graw Hill.
- Ardévol, E., Bertrán, M., Callén, B., & Pérez, C. (2003). *Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea*. Obtenido de Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social, núm. 3, primavera, pp. 72-92. Universidad Autónoma de Barcelona: <https://www.redalyc.org/pdf/537/53700305.pdf>
- Aval. (2019). *¿Cuál fue la situación del sector empresarial ecuatoriano en el 2018?* Obtenido de Aval. Información de Empresas: <https://www.aval.ec/informacion-general-de-empresas/cual-fue-la-situacion-del-sector-empresarial-ecuatoriano-en-el-2018/>
- Ballester, L., Orte, C., & Oliver, J. (2016). *Análisis cualitativo de entrevistas*. Obtenido de Universidad de las Islas Baleares: https://www.researchgate.net/profile/Lluis_Brage/publication/266393355_Analisis_cualitativo_de_entrevistas/links/54312df10cf29bbc12774e02/Analisis-cualitativo-de-entrevistas.pdf
- Ban Ecuador. (2020). *Crédito productivo. Emprendimiento*. Obtenido de <https://www.banecuador.fin.ec/a-quien-financiara/credito-emprendimientos/>

- Banco Central del Ecuador. (2020). *La economía ecuatoriana en crecimiento*. Obtenido de <https://www.bce.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1182-la-econom%C3%ADa-ecuatoriana-creci%C3%B3-06-en-2019>
- Cámara de Comercio de Quito. (2017). *Clasificación de las Pymes: Pequeñas y Medianas Empresas*. Obtenido de http://www.ccq.ec/wp-content/uploads/2017/06/Consulta_Societaria_Junio_2017.pdf
- Cantillon, R. (2011). *Economía y Finanzas*. Obtenido de <http://www.economias.com/economia/economistas/Richard-Cantillon.htm>,
- Cardozo, A. (2010). *La motivación para emprender. Evolución del modelo de rol en emprendedores argentinos (tesis doctoral)*. Obtenido de Universidad Nacional de Educación a Distancia. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales: <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=tesisuned:CiencEcoEmp-Apcardozo&dsID=Documento.pdf>
- Carrera, P. (2017). *Los emprendimientos en el Ecuador se dan más por necesidad que por oportunidad*. Obtenido de Dialoguemos. La academia en la comunidad: <https://dialoguemos.ec/2017/11/los-emprendimientos-en-el-ecuador-se-dan-mas-por-necesidad-que-por-oportunidad/>
- Centro de Emprendimiento Kirzner/UFM. (2015). *¿Qué es GEM?* Obtenido de <https://gem.ufm.edu/que-es-gem/>
- CFN. (2020). *Emprendedores*. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/servicio/emprendedores/>
- Chávez, K., & Traverso, P. (2017). *Factores que promueven el emprendimiento en hombres y mujeres en el Ecuador*. Samborondón: Universidad ECOTEC.
- Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: Editorial Mc Graw Hill.

Díaz, J. (6 de Noviembre de 2012). *10 fuentes de motivación para emprendedores*.

Obtenido de Negocios y emprendimientos:

<https://www.negociosyemprendimiento.org/2012/11/fuentes-de-motivacion-para-emprendedores.html>

Directorio de Empresas. (2019). *Sector empresarial en el país*. Obtenido de INEC:

[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/cerca-de-900-mil-empresas-se-registraron-en-ecuador-en-2018/#:~:text=Quito%2C%20Ecuador%20\(10%2F12, finales%20de%20noviembre%20de%202019](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/cerca-de-900-mil-empresas-se-registraron-en-ecuador-en-2018/#:~:text=Quito%2C%20Ecuador%20(10%2F12, finales%20de%20noviembre%20de%202019).

El Comercio. (2020). *El Banco Mundial estima que la economía de Ecuador se contraerá 7,4% por la pandemia*. Obtenido de Diario El Comercio:

<https://www.elcomercio.com/actualidad/banco-mundial-economia-ecuador-pandemia.html>

El Comercio. (2020). *USD 15 863 millones suman pérdidas causadas por pandemia en Ecuador*. Obtenido de Diario El Comercio:

<https://www.elcomercio.com/actualidad/perdidas-economia-pandemia-ecuador-coronavirus.html>

El Universo. (2019). *Las mipymes representan el 99% de negocios en Ecuador*.

Obtenido de Diario El Universo:

<https://www.eluniverso.com/noticias/2019/06/27/nota/7396308/mipymes-representan-99-negocios-pais>

El Universo. (2020). *Empresas redujeron jornada laboral a la mitad o su nómina para lidiar con crisis en Ecuador*. Obtenido de Diario El Universo:

<https://www.eluniverso.com/noticias/2020/06/29/nota/7888887/despidos-contratos-empresas-reajuste-personal-ecuador>

- Euridyce. (2016). *La educación para el emprendimiento en los centros educativos*. Madrid: Editorial Agencia Ejecutiva en el ámbito Educativo. Obtenido de Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Galicia, L., Balderrama, J., & Navarro, R. (2014). *Validez de contenido por juicio de expertos: propuesta de una herramienta virtual*. Obtenido de Revista Scielo México: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-61802017000300042
- García, G. (2005). *Investigación comercial*. Madrid: Editorial ESIC.
- Gerber, M. (1997). *El mito del emprendedor*. Barcelona: Editorial Paidós Ibérica.
- Gualotuña, M. (2011). *Análisis de la situación de las pymes ubicadas en la ciudad de Quito y su apertura a mercados internacionales en el período 2005-2009*. Obtenido de Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5005/1/UPS-QT00080.pdf>
- Hernández, R. (2014). *La investigación cualitativa a través de entrevistas: Su análisis mediante la teoría fundamentada*. Obtenido de Universidad Internacional de la Rioja (España): <https://revistascientificas.us.es/index.php/Cuestiones-Pedagogicas/article/view/9815/8588>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: Editorial Mc Graw Hill.
- INEC. (2017). *Panorama laboral y empresarial del Ecuador*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/Panorama%20Laboral%202017.pdf>
- INEN. (2018). *Empresas en el Ecuador*. Obtenido de Encuesta Estructural Empresarial. ENESEM 2016: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inforgrafias-INEC/2018/Estructural_Empresarial.pdf

- Jiménez, V. (2012). *El estudio de caso y su implementación en la investigación*.
Obtenido de Universidad Autónoma de Asunción. Paraguay.:
file:///C:/Users/ASUS/Downloads/Dialnet-
ElEstudioDeCasoYSuImplementacionEnLaInvestigacion-3999526.pdf
- Juna, V. (2013). *Propuesta de mejora del ecosistema emprendedor en la ciudad de Quito. Tesis de Maestría*. Quito: Universidad Simón Bolívar.
- Lasio, V., Ordeñana, X., Amaya, A., & Zambrano, J. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor. Ecuador 2017*. Guayaquil: ESPAE - ESPOL.
- León, O. (2016). *Impacto de las tecnologías de información y comunicación en la diversificación empresarial (tesis doctoral)*. Obtenido de Mondragon Unibertsitatea:
<http://ebiltegia.mondragon.edu/xmlui/bitstream/handle/20.500.11984/1194/Omar%20Leon%20Garcia%20Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lizarazo, M. (2009). *Jóvenes emprendedores*. Quito: Editorial IICA.
- Machado, Ó., Aquino, I., Salinas, S., & León, G. (2013). ¿Soy emprendedor o soñador? *Yachana Vol. 2(1)*, 41-54.
- Ollé, M., & otros, y. (2007). *El plan de empresa. Cómo planificar la creación de una empresa*. Barcelona: Boixaren Editores.
- Orbe, R., & Santacruz, G. (2017). *Análisis de los factores clave de éxito para el desarrollo del espíritu emprendedor*. Sangolquí: ESPE.
- Otzen, T. (2017). *Técnicas de muestreo sobre una población a estudio*. Obtenido de Int. J. Morphol., 35(1):227-232:
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Panam Post. (2020). *¿Cómo afecta el coronavirus a la economía de Ecuador?*
Obtenido de <https://es.panampost.com/mamela-fiallo/2020/03/13/coronavirus->

economía-
ecuador/?__cf_chl_jschl_tk__=d4856a5301180929c36b8ee50aa59b4809718d1e
-1586806609-0-AcKl3kkH6auq-
jetqR_RJ48glXyXbJ3p0cziVXT2KkYJII11GKesyW3nzZWvGCJSNwMc3iNU
aik1vlcQppAHs6nTOkSgmDaBibNDI

Peña, M., & Vega, N. (2017). Estructura de las PYMES en la economía ecuatoriana.

Revista Sur Academy , 30-34.

Pulido, M. (2015). Ceremonial y protocolo: métodos y técnicas de investigación científica. *Revista Opción Universidad del Zulia Maracaibo*, 1137-1156.

Real Academia Española. (2015). *Diccionario*. Madrid: Editorial RAE. Obtenido de <https://definicion.de/empresa/>

Rosenberg, J. (1994). *Diccionario de Administración y Finanzas*. Barcelona: Océano.

Ruiz, d. V. (2007). *Manual de Derecho Mercantil*. Madrid: Editorial Universidad Pontificia Comillas.

Ruiz, J. (2012). *Teoría y práctica de la investigación cualitativa*. Bilbao: Editorial Deusto digital.

Rus, E. (2018). *Mediana Empresa*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/mediana-empresa.html>

Rusque, M. (2003). *De la diversidad a la unidad en la investigación cualitativa*. .

Caracas: Vadell Hermanos Editores.

Sánchez, T. (2012). *Análisis del emprendedor y del emprendimiento de éxito en el Ecuador para incentivar la creación de una red de inversionistas Ángeles en Quito*. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Sánchez, X. (2017). *Emprendedor*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/emprendedor.html>

- Sansores, E., & Navarrete, J. (2018). *Crecimiento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa: un análisis de los factores determinantes*. Obtenido de Revista Venezolana de Gerencia, Vol. 23, N° 81:
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29055767010/html/index.html>
- Sapag, N. (2007). *Proyectos de inversión. Formulación y Evaluación*. Lima: Editorial Pearson, Prentice Hall.
- Subía, R., Barzaga, Ó., & Nevares, V. (2018). El financiamiento de las medianas empresas en la provincia Manabí, Ecuador. *Ciencias Holguín. Revista Trimestral Vol. 24 N° 1*, 1-13. Obtenido de
<http://www.ciencias.holguin.cu/index.php/cienciasholguin/article/view/1071/1156>
- Tamayo, G. (2014). *Diseños muestrales en la investigación*. Obtenido de Facultad de Economía Industrial Universidad de Medellín:
<file:///C:/Users/ASUS/Downloads/Dialnet-DisenosMuestralesEnLaInvestigacion-5262273.pdf>
- Trave, M. (2010). *Gestión de costes en centros sanitarios. Diseño y aplicación del ABC al HSF*. Obtenido de Universitat Rovira I Virgili:
<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8822/Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Uriarte, J. d. (2005). *En la transición a la edad adulta. Los adultos emergentes*. Obtenido de International Journal of Developmental and Educational Psychology, vol. 3, núm. 1, pp. 145-160:
<https://www.redalyc.org/pdf/3498/349832310013.pdf>
- Vásquez, J. (2015). *El emprendimiento empresarial*. Estados Unidos: Editorial Createspace Independent Publishing Platform.

APÉNDICES

Apéndice A. Formato del Consentimiento Informado



CONSENTIMIENTO INFORMADO

Título: “Causas para el emprendimiento de medianas empresas”.

Investigadores: Johnny Barrionuevo y Karina Paillacho. Estudiantes de la Universidad Internacional del Ecuador.

Sr. _____ se le invita a participar en este estudio. Para lo que, es preciso que conozca lo siguiente. Este proceso se conoce como consentimiento informado, por lo que usted tiene toda la libertad de preguntar sobre cualquier aspecto correspondiente al mismo para aclarar sus dudas.

Una vez que haya comprendido el objetivo del estudio y si acepta participar, se le pedirá que firme el consentimiento.

OBJETIVO DEL ESTUDIO: Conocer las causas que motivan a los emprendedores a crear empresas en el país.

ACLARACIONES

- La decisión de participar en este estudio es voluntaria.
- Los datos que se obtengan en esta investigación serán confidenciales y no se publicarán los nombres de los participantes.
- No habrá ninguna consecuencia negativa en caso de que no apruebe su participación.
- No tendrá que incurrir en ningún gasto por efectos de este estudio y tampoco recibirá pago alguno por su participación.
- Está en libertad de retirarse del estudio en cualquier momento.
- Podrá pedir información sobre los avances del estudio en cualquier momento.

Si ha decidido aceptar su participación en este estudio se le invita a firmar la carta del consentimiento informado que se presenta a continuación:

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, _____ he leído y comprendido la información anterior y todas mis preguntas han sido contestadas satisfactoriamente. He sido informado y entiendo que la información obtenida en este estudio podrá ser publicada con fines académicos, por lo que firmo mi aceptación para participar en el mismo.

.....
Firma y fecha

PARTE CORRESPONDIENTE AL INVESTIGADOR

He explicado al Sr/a: _____ la naturaleza de este estudio, además, he contestado a todas sus inquietudes en medida de lo posible. Una vez que se ha concluido la sesión de preguntas y respuestas, se procedió a firmar el presente documento.

.....
Firma del investigador

Fecha:.....

Apéndice B. Formato de la guía de entrevista

GUÍA DE ENTEVISTA

1. ¿Cuál es su edad?
2. ¿Qué nivel educativo tiene?
3. ¿Cuenta con otra empresa o realiza otra actividad económica adicional?
4. ¿Qué fue lo que le motivó a crear su empresa?
5. ¿Cuánto tiempo se demoró en cristalizar su idea de negocio?
6. ¿Qué fue lo que hizo para lograr establecer su empresa?
7. ¿Por qué eligió la ciudad en la que funciona actualmente su empresa?
8. ¿Buscó ayuda económica para emprender con su negocio?
9. ¿Realizó algún estudio técnico previo a la creación de su empresa para conocer su viabilidad?
10. ¿Cuántos años tiene su empresa de vida?
11. ¿Cuáles han sido los principales desafíos que ha tenido que enfrentar para mantenerse en el mercado?
12. ¿Qué factores o aspectos le han permitido mantener su negocio a flote?
13. ¿A su criterio, cómo debe hacer un emprendedor que desea cumplir con su idea de negocio?
14. ¿Cómo pronostica será el futuro a mediano plazo de su negocio?
15. ¿Cómo le afectó la actual pandemia?
16. ¿Qué medidas tomó o tomará para que su empresa continúe en el mercado, pese a las dificultades existentes en el medio, producto de la pandemia?