



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL
Y DERECHO

TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO (A) COMERCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA: Análisis de los modelos de emprendimiento y su incidencia en la economía de la ciudad de Milagro

Autores:

Sra. PEÑAFIEL CRESPO GEOMAYRA ELIZABETH
Sr. URGILEZ IDROVO DAVID PATRICIO

Tutor:

Mgtr. TENORIO ALMACHE JOSÉ LUIS.

Milagro, Octubre 2019
ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

DERECHOS DE AUTOR

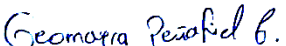
Ingeniero.
Fabricio Guevara Viejó, PhD.
RECTOR
Universidad Estatal de Milagro
Presente.

Nosotros, PEÑAFIEL CRESPO GEOMAYRA ELIZABETH, URGILEZ IDROVO DAVID PATRICIO en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Proyecto de Investigación modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Proyecto de Investigación realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación MODELOS DE DESARROLLO LOCAL AJUSTADOS A LOS ENFOQUES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA; Y SOSTENIBILIDAD de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Proyecto de Investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 30 de octubre de 2019


Peñafiel Crespo Geomayra Elizabeth

Autor 1
C.I: 0927314229


Urgilez Idrovo David Patricio

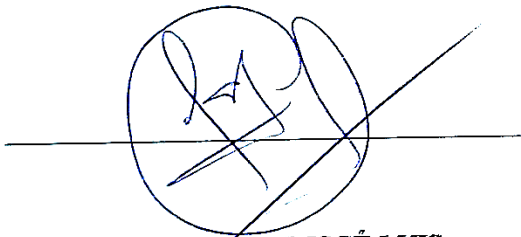
Autor 2
C.I: 0302786470

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Yo, TENORIO ALMACHE JOSÉ LUIS en mi calidad de tutor del Proyecto de Investigación, elaborado por los estudiantes PEÑAFIEL CRESPO GEOMAYRA ELIZABETH y URGILEZ IDROVO DAVID PATRICIO cuyo tema de trabajo de Titulación es ANÁLISIS DE LOS MODELOS DE EMPRENDIMIENTO Y SU INCIDENCIA EN LA ECONOMÍA DE LA CIUDAD DE MILAGRO, que aporta a la Línea de Investigación MODELOS DE DESARROLLO LOCAL AJUSTADOS A LOS ENFOQUES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA; Y SOSTENIBILIDAD previo a la obtención del Grado INGENIERO (A) COMERCIAL ; trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Proyecto de Investigación de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, 30 de octubre del 2019.



TENORIO ALMACHE JOSÉ LUIS.

Tutor.

C.I: 0921850590

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Mgr. TENORIO ALMACHE JOSÉ LUIS

Mgr. ARTEAGA ARCENTALES EVELIN DEL CISNE

Mgr. ZIADET BERMÚDEZ ELICZA ISABEL

Luego de realizar la revisión del Proyecto de Investigación, previo a la obtención del título (o grado académico) de INGENIERA COMERCIAL presentado por la estudiante PEÑAFIEL CRESPO GEOMAYRA ELIZABETH.

Con el tema de trabajo de Titulación: ANÁLISIS DE LOS MODELOS DE EMPRENDIMIENTO Y SU INCIDENCIA EN LA ECONOMÍA DE LA CIUDAD DE MILAGRO.

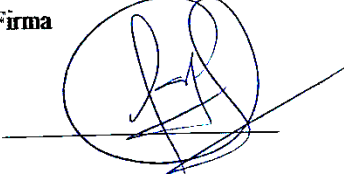
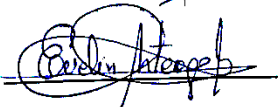
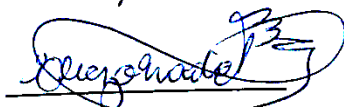
Otorga al presente Proyecto de Investigación, las siguientes calificaciones:

Estructura	[60]
Defensa oral	[40]
Total	[100]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO

Fecha: 30 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	TENORIO ALMACHE JOSÉ LUIS	
Secretario (a)	ARTEAGA ARCENTALES EVELIN DEL CISNE	
Integrante	ZIADET BERMUDEZ ELICZA ISABEL	

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Mgtr. TENORIO ALMACHE JOSÉ LUIS

Mgtr. ARTEAGA ARCENTALES EVELIN DEL CISNE

Mgtr. ZIADET BERMÚDEZ ELICZA ISABEL

Luego de realizar la revisión del Proyecto de Investigación, previo a la obtención del título (o grado académico) de INGENIERO COMERCIAL presentado por el estudiante URGILEZ IDROVO DAVID PATRICIO.

Con el tema de trabajo de Titulación: ANÁLISIS DE LOS MODELOS DE EMPRENDIMIENTO Y SU INCIDENCIA EN LA ECONOMÍA DE LA CIUDAD DE MILAGRO.



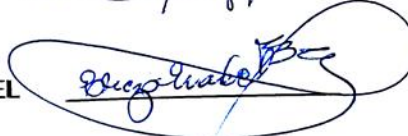
Otorga al presente Proyecto de Investigación, las siguientes calificaciones:

Estructura	[60]
Defensa oral	[40]
Total	[100]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO

Fecha: 30 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	TENORIO ALMACHE JOSÉ LUIS	
Secretario (a)	ARTEAGA ARCENTALES EVELIN DEL CISNE	
Integrante	ZIADET BERMÚDEZ ELICZA ISABEL	

V

V

DEDICATORIA

Este trabajo tiene una especial dedicación a Dios por darnos la fuerza para siempre salir adelante.

A nuestros padres y familiares quienes nos alentaron diariamente con su infinito amor, además nos inculcaron principios, valores y nos dieron consejos cuando más lo necesitábamos, todo esto sirvió como aliento para esforzarnos continuamente.

AGRADECIMIENTO

La presente investigación tiene un agradecimiento especial a Dios en primer lugar por darnos las fuerzas y salud necesarias para salir adelante y así cumplir nuestras metas.

A nuestros padres y familiares por ser un eje en nuestras vidas y apoyarnos con su amor incondicional.

A nuestros compañeros y amigos que en todo momento nos brindaron su comprensión y su amistad reflejadas en sus palabras alentadoras para seguir adelante en nuestros sueños y metas hasta lograr alcanzarlas.

A nuestro Ing. Luis Tenorio quien con sus conocimientos nos ha colaborado como mentor para elaborar la presente investigación.

INDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR	II
APROBACIÓN DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	III
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	V
DEDICATORIA.....	VI
AGRADECIMIENTO	VII
ÍNDICE DE CUADROS	XIII
RESUMEN.....	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN.....	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	6
OBJETIVO GENERAL	6
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
JUSTIFICACIÓN.....	7
CAPÍTULO 1	9
MARCO TEÓRICO	9

Antecedentes históricos.....	9
La Empresa	12
Objetivos de una empresa.....	13
Los diferentes tamaños de empresa.....	13
Matriz productiva	14
Los emprendimientos	17
Los riesgos del emprendimiento.....	18
Emprendedores Artesanos u Oportunos.....	19
Emprendedores Oportunos.....	20
Administración.....	20
Proceso Administrativo.....	20
Perfil del emprendedor	21
Actividad Emprendedora Temprana (TEA) en Ecuador	22
ANÁLISIS DE DIFERENTES EMPRENDIMIENTOS EN LA CIUDAD DE MILAGRO	26
Barber shop	26
Panaderías – Pastelerías.....	27
Emprendimiento de licoreras	28
Emprendimiento de comidas rápidas	30
Emprendimiento de eventos sociales	32
MODELOS DE EMPRENDIMIENTOS	33
BUSINESS MODEL CANVAS.....	33
MODELO FREEMIUM.....	37
CAPITULO 2	41
METODOLOGÍA	41

TIPO DE INVESTIGACIÓN	41
Diseño	42
Método de medición.....	42
POBLACIÓN Y MUESTRA	43
Características de la población	43
Delimitación de la población	43
Tipo de muestra.....	43
Tamaño de la muestra	44
MÉTODOS Y TÉCNICAS.....	45
Hipótesis general	46
Hipótesis específicas	46
Operacionalización de las variables	47
CAPITULO III	49
RESULTADOS OBTENIDOS	49
Presentación de los datos obtenidos en la encuesta.	49
Análisis comparativo de las encuestas.	66
CAPÍTULO 4	67
CONCLUSIONES	67
RECOMENDACIONES	69
REFERENCIAS	70
ANEXOS.....	75
Anexo 1: Propuesta del trabajo de investigación aprobada.....	75

Anexo 2: Diagrama de Ishikawa.....	76
Anexo 3: Operacionalización de las Variables	77
Anexo 4: Encuesta a emprendedores	78
Anexo 5: foto de acompañamiento.....	80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figuras 1 Principales actividades económicas practicadas en Milagro.....	10
Figuras 2 Regímenes de acumulación, modelos de estado y principales gobiernos.	15
Figuras 3 Instituciones que impulsan el cambio de la matriz productiva.	16
Figuras 4 Indicadores GEM 2017 para Ecuador y economías de eficiencia	23
Figuras 5 Puntaje promedio para las condiciones marco para el emprendimiento en Ecuador, 2012-2017.....	24
Figuras 6 Business Model Canvas.....	34
Figuras 7 Análisis de los tipos de negocios establecidos en la ciudad	49
Figuras 8 Género de los emprendedores.....	50
Figuras 9 Circunstancias del surgimiento del negocio	51
Figuras 10 Capacitaciones realizadas	53
Figuras 11 Conocimientos para emprender	54
Figuras 12 Tiempo requerido para realizar trámites necesarios.....	56
Figuras 13 Estrategias necesarias a aplicar en el negocio	57
Figuras 14 Situación más crítica del negocio.....	59
Figuras 15 Financiamiento para su idea de negocio.....	60
Figuras 16 Perspectiva del negocio	61
Figuras 17 Beneficio más importante para emprender	63
Figuras 18 Miedo u obstáculo al momento de emprender	64

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Encuesta. Tipo de negocio	49
Cuadro 2 Encuesta. Genero del encuestado	50
Cuadro 3 Encuesta. Circunstancias del surgimiento del negocio.....	51
Cuadro 4 Encuesta. Tipo de capacitación	52
Cuadro 5 Encuesta. Tipo de conocimiento	54
Cuadro 6 Encuesta. Tiempo en realizar tramites.....	55
Cuadro 7 Encuesta. Estrategias para mantener estabilidad.....	57
Cuadro 8 Encuesta. Situación más crítica del negocio	58
Cuadro 9 Encuesta. Financiamiento para el emprendimiento.....	60
Cuadro 10 Encuesta. Perspectiva inicial de su negocio.....	61
Cuadro 11 Encuesta. Beneficio más importante para emprender	62
Cuadro 12 Encuesta. Miedo u obstáculo para emprender	64

ANÁLISIS DE LOS MODELOS DE EMPRENDIMIENTO Y SU INCIDENCIA EN LA ECONOMÍA DE LA CIUDAD DE MILAGRO

RESUMEN

La presente investigación analiza los modelos de negocios que se desarrollan dentro de la ciudad de Milagro y cuál es la importancia e impacto que estas generan en la sociedad.

El objetivo de la investigación pretende determinar los diferentes factores que contribuyen al desarrollo de los emprendimientos y resaltarlos ante la comunidad conociendo así desde cómo ha surgido su idea, también conoce las dificultades que estas presentaron o que atraviesan actualmente hasta conocer como estos logran mantenerse en el mercado.

Para realizar la investigación se ha recurrido a la recopilación de información necesaria de tesis o artículos relacionados. Además de haber realizado encuestas a los emprendedores de la ciudad de Milagro con la finalidad de recolectar datos que aporten a la investigación.

Los resultados obtenidos por medio de la encuesta han permitido conocer las características más recurrentes que se presentan en el modelo de negocio que manejan los emprendedores de la ciudad de Milagro. Los cuales han dejado como conclusión que el modelo de negocio implementado realmente genera un impacto positivo en la economía local, pero es necesario hacer algunas observaciones como facilitar información administrativa y financiera y otros temas importantes con la finalidad de mejorar aún más los resultados.

PALABRAS CLAVE: EMPRENDIMIENTOS, MODELOS DE NEGOCIO, ESTABILIDAD ECONÓMICA.

ANÁLISIS DE LOS MODELOS DE EMPRENDIMIENTO Y SU INCIDENCIA EN LA ECONOMÍA DE LA CIUDAD DE MILAGRO

ABSTRACT

This research analyzes the business models that are developed within the city of Milagro and what is the importance and impact they generate in society.

The objective of the research aims to determine the different factors that contribute to the development of the ventures and highlight them before the community, thus knowing from how their idea has arisen, they also know the difficulties that they presented or are currently going through until they know how they manage to stay in the market.

To carry out the investigation, the necessary information about thesis or related articles has been collected. In addition to having conducted surveys of entrepreneurs in the city of Milagro in order to collect data that contribute to the research.

The results obtained through the survey have made it possible to know the most recurrent characteristics that are presented in the business model managed by the entrepreneurs of the city of Milagro. Which have left as a conclusion that the implemented business model really generates a positive impact on the local economy, but it is necessary to make some observations such as providing administrative and financial information and other important issues in order to further improve the results.

KEY WORDS: Ventures, Business Models, Economic Stability.

INTRODUCCIÓN

Todos los días surgen nuevos negocios, sean estos grandes o pequeños, pero el mal común de la mayoría de estos negocios es que llegan a su declive rápidamente y no logran durar ni siquiera dos años dentro del mercado, esto se debe a diferentes factores que influyen tanto internamente como externamente del negocio, es por eso que dentro de esta investigación se ha analizado los perfiles de los emprendedores dentro de la ciudad de Milagro y lo que sucede es que en general las personas no cuentan con la información necesaria y/o conocimiento técnicos y de profesión que permitan emprender un negocio y para que éste sea exitoso.

Muchos emprendedores sacan a relucir su negocio en el mercado teniendo éste las mismas características que otros negocios ya existentes dentro de la localidad, es decir; se emprende un negocio sin realizar los estudios necesarios para analizar qué es lo que necesita el mercado o que puedo ofrecer el negocio que la competencia no ofrezca. Esto se debe a la cultura arraigada y creencias limitantes que tienen las personas; esto claramente se puede ver cuando se le pregunta a un estudiante la razón para la que estudian, lo cual, en su mayoría, por no decir el 100% responde que estudian para conseguir un empleo y no toman en cuenta la verdadera razón de la educación que es el ser independientes con un negocio propio, generando rentabilidad y empleo.

Importancia y actualidad del tema

El gobierno del Ecuador en los últimos años ha fortalecido el marco jurídico aprobando leyes y reglamentos que benefician el cambio de la matriz productiva y beneficiando a las personas que tienen ideas innovadoras y estén dispuestas a emprender. Así también el sistema de educación tiene una función importante en cuanto a materia de emprendimiento, debido a que en las

instituciones de educación se impulsa a jóvenes a formar y desarrollar sus propias ideas de negocios dándole forma y estructura a cada emprendimiento.

El emprendimiento de los negocios es de suma importancia tanto a nivel mundial como al nivel local debido a que trae diversas ventajas para las personas formadoras de la idea como a la localidad o país en el cual viven por el hecho de que inciden en la economía y esto beneficia al país y a la localidad en la cual operan.

El gobierno municipal dentro de la ciudad de Milagro ha desarrollado diversos talleres productivos para incentivar las habilidades de los milagrosos, permitiéndoles a estos ofrecer sus productos o servicios y así darse a conocer a más ciudadanía. “La capacitación que brinda la municipalidad de Milagro a través del área de gestión comunitaria y participación ciudadana abarca diversos temas como: administración, marketing, control de calidad para que así los emprendedores tengan mejores resultados en sus negocios” (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Milagro, 2013).

El objetivo de esta investigación es contribuir con los negocios y a sus emprendedores a que tengan información pertinente y al alcance de sus manos para que se pueda desarrollar los emprendimientos de forma exitosa, además se contará con información de emprendedores locales que han sobresalido dentro del mercado y hoy en día sus negocios son muy bien reconocidos dentro y fuera de la ciudad.

Mediante investigación bibliográfica, documental y de campo se determina la situación de la problemática de esta investigación que se centra en el cantón Milagro y que tiene como finalidad

analizar los modelos de emprendimiento y la incidencia que estos tienen en la economía sustentable.

Descripción de la situación

En el Ecuador ser un emprendedor hace unos años atrás era visto como un símbolo de riesgo del cual era casi imposible salir vencedor; pero en gobiernos anteriores se realizó campañas de difusión de emprendimientos en el cual incentivaba al emprendedor brindándole créditos de dinero para poner en marcha su idea de negocio, pero no se enfoca en dar asesoría en cuanto a conocimiento o herramientas que se pueden utilizar para desarrollar mejor su emprendimiento.

En la ciudad de Milagro la gran mayoría de emprendimientos que salen a flote, lo hacen solamente con bases en conocimientos empíricos, es debido a esto que los negocios no logran alcanzar el éxito que tenían sus dueños al iniciar con su negocio.

En los emprendimientos que tienen como cuna la ciudad de Milagro no se aplican como tal estrategias de marketing ni herramientas que se utilizan en la administración o en las finanzas por lo que los negocios terminan quebrando en poco tiempo y sus emprendedores quedan con un sueño frustrado de tener su propio negocio.

Uno de los grandes problemas que tienen los emprendedores es la incertidumbre que se produce al poner en marcha sus negocios debido al hecho de carecer de información de cómo llevar la contabilidad, administración, finanzas, la motivación y capacitación que se necesitan dentro de su negocio. Muchos de los emprendedores tienen miedo de afrontar los riesgos que les presenta el mercado y optan por cerrar sus negocios en poco tiempo de haber levantado el mismo.

Otro obstáculo que perciben los emprendedores es en cuanto a materia de normas y leyes tributarias, por el motivo de que para hacer funcionar su negocio necesita sacar diversos permisos a las entidades del gobierno, así como también debe pagar ciertos impuestos que exige la ley para los negocios. Los emprendedores en potencia al ver estos trámites que necesita hacer muchas de las veces deciden dejar de lado la idea que tenía para emprender.

Quizá al hablar de recursos es el problema más común que tienen los emprendedores debido que la mayoría carece del recurso económico que es fundamental para todo tipo de negocios, así como la estructura necesaria que se utilizará para dar funcionamiento al emprendimiento.

De ser el caso de obtener financiamiento mediante algún tipo de crédito el emprendedor ahora se enfrenta al hecho de que tiene que tener capacidad de ahorro para poder pagar dichas deudas contraídas.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Cómo potenciar los emprendimientos ubicadas en la ciudad de Milagro?

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO GENERAL

Determinar los diferentes factores que contribuyen al Desarrollo de emprendimiento y su incidencia de estos dentro de la economía local.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los componentes o elementos que integran un modelo de negocio y su impacto en la rentabilidad.
- Determinar las causas y consecuencias de los emprendimientos empíricos en la ciudad de Milagro.
- Determinar un modelo de emprendimiento que contribuya con los negocios a mejorar su estabilidad económica y por lo tanto en la economía del país.
- Evaluar la aceptación del modelo de emprendimiento en un negocio de la ciudad de Milagro y su incidencia dentro de la economía local.

JUSTIFICACIÓN

Es de gran conocimiento que en la ciudad de Milagros las fuentes de ingreso son muy pocas, por lo que los habitantes muchas veces se ven obligados a buscar otros medios de ingresos, como lo son nuevos emprendimientos.

El presente proyecto de investigación pretende analizar los modelos de emprendimientos, y como estos se han desarrollado con el fin de conocer cuáles son los factores más importantes para lograr que los emprendimientos lleguen a su éxito.

A su vez se podrá determinar el impacto económico social que este genera a la sociedad gracias a los pequeños emprendimientos que hoy en día se generan dentro de la ciudad de Milagro, debido al apoyo que han brindado autoridades municipales, sin dejar atrás el entusiasmo y espíritu innovador que poseen los jóvenes milagreños en la actualidad.

Además de resaltar el impacto positivo que estos generan a la sociedad, como lo es el desarrollo, tanto para los habitantes como para la ciudad al momento de generar mayores fuentes de trabajo y así demostrar que las necesidades se pueden convertir en grandes oportunidades de negocio.

CAPÍTULO 1

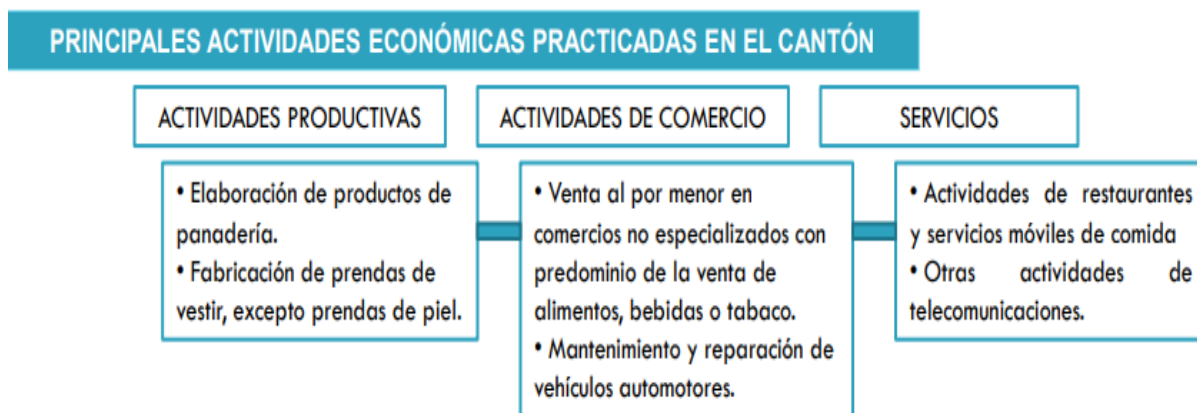
MARCO TEÓRICO

Antecedentes históricos

Según la fuente del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en el censo poblacional del 2010 se obtuvo la cifra de 14'483,499 habitantes en el país, de los cuales del cantón Milagro son pertenecientes 166,434 habitantes, esto equivale al 1,15% de la población del total del país.

La economía del cantón Milagro se basa fundamentalmente en la agricultura sea este de banano, arroz, maíz, café, cacao, caña de azúcar, piña, y de diversos tipos de frutas; también existe acuicultura que es el cultivo de peces, especialmente la tilapia y camarones; además el comercio informal tiene un impacto bastante significativo en la economía local debido a que esta se desarrolla de manera muy importante. La agroindustria del cantón está liderada por dos empresas que son conocidas por todos los ciudadanos de Milagro como lo son Ingenio Azucarero Valdez y Codana que es una empresa que destila alcohol, ambas empresas pertenecientes al grupo NOBIS.

En cuanto a las actividades productivas que tiene la ciudad de Milagro se encuentra la elaboración de productos de panadería y la fabricación de prendas de vestir. Las actividades de comercio están centradas en la venta al por menor de productos no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco, también dentro de este campo entran el mantenimiento de vehículos automotores. En cuanto a servicios encontramos actividades de restaurantes y servicios móviles de comida y también existen otras actividades de telecomunicaciones (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010).



Figuras 1 Principales actividades económicas practicadas en Milagro.

Fuente: (INEC, 2011).

Al observar el directorio de empresas del cantón Milagro se tiene en lista 5.099 establecimientos económicos con un total de 17.377 personas empleadas.

En los últimos años, el emprendimiento se ha extendido más allá de sus orígenes lucrativos para incluir el emprendimiento social, intelectual, artístico, político e institucional. El espíritu empresarial está creciendo a nivel individual (en solitario) y también dentro de un negocio o más específicamente en una organización grande (espíritu empresarial corporativa) o subsidiarias (Vistazo, 2018).

Como es de conocimiento universal los emprendimientos se han consolidado en pequeñas, medianas y grandes empresas que son y han sido desde siempre la principal fuente de generación y movimiento de capital, mediante los cuales desde el principio de la humanidad el hombre ha generado recursos y satisfecho necesidades, a través de su iniciativa, creatividad y capacidad (López Villar & Burgos Castelo, 2016).

El emprendimiento va unido íntimamente a la innovación. Hay que recordar que innovar no es solo llevar al mercado nuevos inventos de bienes y servicios sino también que se modifiquen los procedimientos de obtención de productos ya existentes o que se pongan al alcance de un número superior de consumidores los productos existentes. Por otra parte, la remuneración que se espera del emprendimiento no sólo es dinero, tan importante como él son los honores y aceptación social (Benjumea, 2014).

En la ciudad de Milagro, en la actualidad se gestionan proyectos con miras a incentivar las habilidades de los milagreños, el Gobierno Municipal a través del área de Gestión Comunitaria y Participación Ciudadana, ha impulsado los talleres productivos en distintas categorías, permitiéndoles a los participantes emprender y ofrecer diferentes servicios (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Milagro, 2013). En la actualidad el municipio se preocupa por incentivar nuevos emprendimientos en la ciudad, con la finalidad de generar nuevos ingresos y así poder mejorar o ayudar de alguna manera la economía de los milagreños, realizando talleres de capacitación en diferentes áreas como Marketing, Administración y control de calidad.

Además, se ha desarrollado ferias de emprendimiento donde se permite a los nuevos empresarios dar a conocer sus productos o servicios, acto que se ha desarrollado en el parque central de la ciudad, evento organizado por la Municipalidad de la ciudad.

Un total de 12 emprendimientos participaron. Genny Silva Ramos y su marca “Gelusira” con bisutería, manualidades con material reciclado; así como Kathy Vilela, con adornos hechos en pañoencia y tela para el hogar, bajo la firma “Coquetería y Novedades Lita” (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Milagro, 2016). Lilian Palacio Riera, llegó con la ricura de los

bombones, dulces árabes y otros con el sello de “Coffee Times”; mientras que Bella Palacios, de su taller “Belinda Bambú” expuso artesanías utilitarias y decorativas elaboradas con bambú (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Milagro, 2016). Y así además de otros importantes emprendimientos que se han desarrollado en la ciudad y que prometen e incentivan a reactivar la economía.

Dentro de la página web que tiene la municipalidad de se encuentra un artículo titulado “Municipio Impulsa el emprendimiento en Milagro” en el cual se mencionan al menos diez sectores, contando cada uno con un promedio de 30 personas en cada taller o capacitación que realiza la municipalidad, estas capacitaciones son de distintas áreas como administración, finanzas, marketing, control de calidad para proporcionar a los ciudadanos un producto óptimo y de calidad (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Milagro, 2013). En comparación con la población total que tiene la ciudad de Milagro, esta iniciativa de la municipalidad tiene poca acogida y poco interés por parte de la ciudadanía, representando solamente un 0,18% de la población de la ciudad. Se debe planificar de una manera estratégica para que de esta manera poder conseguir una sociedad culta, educada, con un espíritu innovador, capaz de desarrollar ideas de negocio que tenga una durabilidad a largo plazo, que satisfaga las necesidades de la población, además los emprendedores deben tener el pensamiento de generar empleo para demás personas.

La Empresa

¿Qué es una empresa?

La empresa es un concepto económico y social que puede definirse como: una unidad organizativa de producción de bienes y servicios que goza de una cierta autonomía de decisión, especialmente para la asignación de sus recursos actuales.

Puede ser:

- Un propietario único: El caso de una persona física que ejerza individualmente una actividad profesional por cuenta propia;
- De una empresa: El caso de una persona jurídica cuyo objeto es la producción de bienes o la prestación de servicios, financiera y legalmente independiente de sus socios y gerentes. La empresa puede tener una o más instituciones.

Objetivos de una empresa

Según los economistas, el objetivo principal de una empresa es obtener un beneficio. El beneficio es la diferencia entre los ingresos y los costos del negocio. Este objetivo puramente financiero hace posible diferenciar a la empresa de la asociación sin fines de lucro.

En la práctica, el emprendedor de negocios también puede apuntar a otros objetivos. Por ejemplo: maximizar la facturación, aumentar el tamaño de la empresa, desarrollar nuevas actividades, desarrollar nuevos productos o una nueva oferta de servicios, etc.

Las empresas también pueden perseguir objetivos sociales junto con sus objetivos financieros y estratégicos: una política social que beneficia a sus empleados, la protección del medio ambiente, la lucha contra la discriminación.

Los diferentes tamaños de empresa

Las empresas se clasifican en cuatro categorías para fines de análisis estadístico y económico de acuerdo con 3 criterios: fuerza laboral, volumen de negocios y balance general.

- Una microempresa es una empresa que emplea a menos de 10 personas y tiene una facturación o un total del balance anual que no excede los 2 millones de dólares. Esta definición difiere de la utilizada para determinar el régimen tributario de la microempresa.
- Una PYME (pequeña y mediana empresa) es una empresa que emplea a menos de 250 personas y tiene una facturación anual de menos de 50 millones de dólares o un balance general que no exceda los 43 millones de dólares.
- Una empresa mediana (ETI) es una empresa con entre 250 y 4,999 empleados y una facturación que no excede los 1,5 mil millones de dólares o un balance general que no excede los 2 mil millones de dólares; una empresa con menos de 250 empleados, pero con más de 50 millones de dólares de facturación y más de 43 millones de dólares en el balance general también se considera una ETI.
- Una empresa grande es una empresa con al menos 5,000 empleados; una empresa con menos de 5,000 empleados, pero con más de 1,500 millones de euros de facturación y más de 2,000 millones de euros en activos totales también se considera una gran empresa.

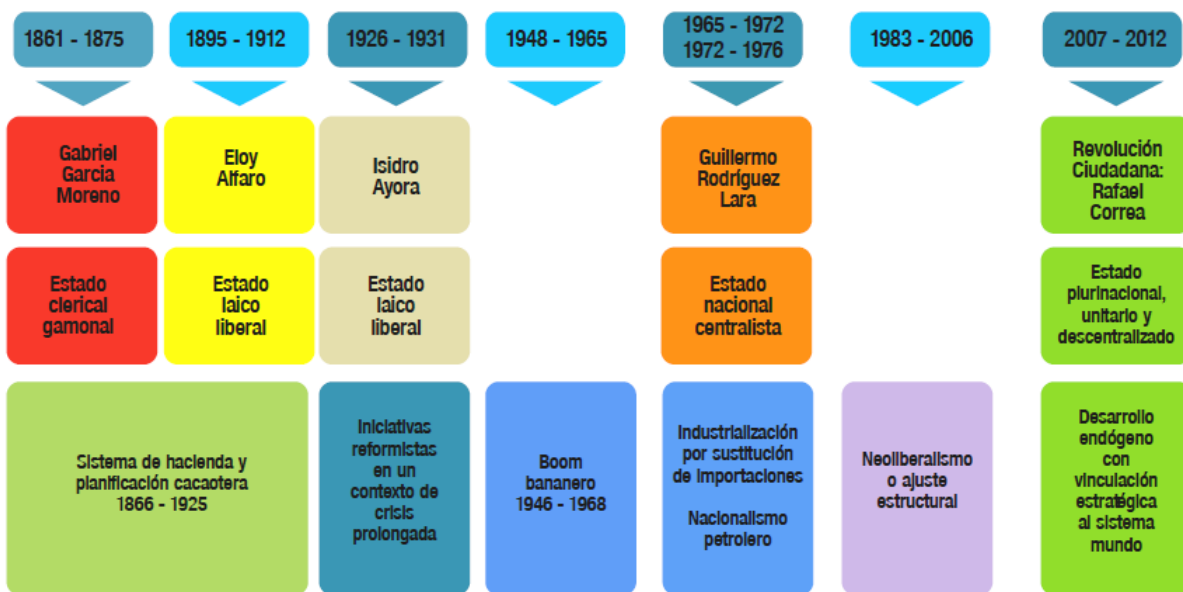
Matriz productiva

La economía ecuatoriana a lo largo de los años se ha caracterizado por ser proveedora de materias primas para el mercado mundial y al mismo tiempo Ecuador ha sido importador de bienes y servicios de bienes de mayor valor agregado. Los constantes cambios que existen en los precios internacionales de materia prima, así como su creciente diferencia frente a los precios de los productos de mayor valor agregado y alta tecnología, han colocado a la economía ecuatoriana en

una situación de intercambio desigual sujeta a vaivenes del mercado mundial. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2012)

Ecuador es un país que se caracteriza por producir bienes primarios a nivel mundial, aunque cuenta con poco conocimiento técnico para dentro del país producir bienes con valor agregado; es por eso que el país se ha caracterizado solo por producir bienes primarios para la exportación.

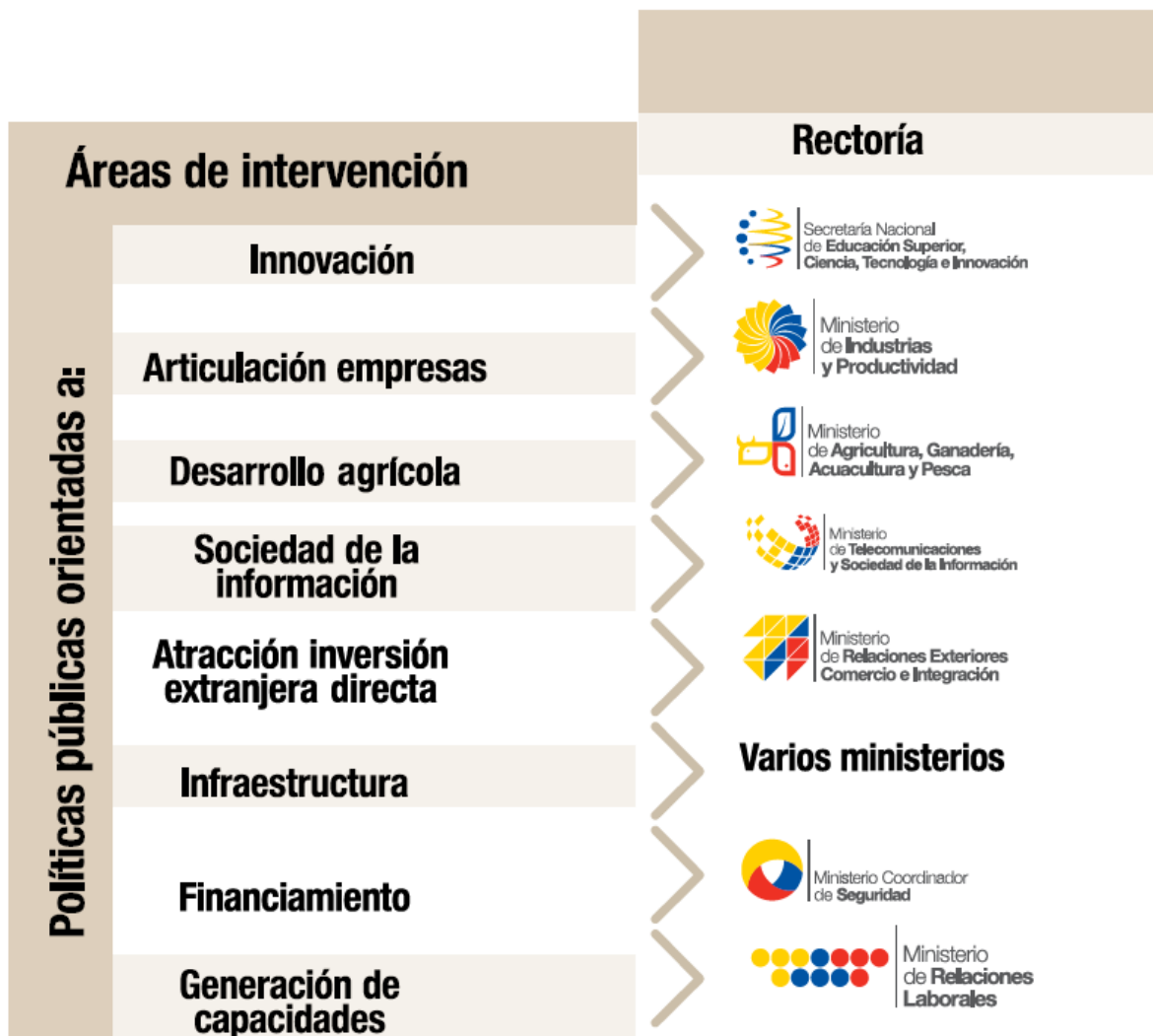
Juiciosa ante la situación el ex presidente del Ecuador Economista Rafael Correa impulsó un proceso de cambio del patrón de la matriz productiva, para que de esta manera Ecuador pueda generar mayor valor agregado a su producción y no solamente se favorezca de la venta de bienes primarios.



Figuras 2 Regímenes de acumulación, modelos de estado y principales gobiernos.

Fuente: (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2012)

La transformación de la matriz productiva implica dar un paso importante para el país debido a que la economía se verá privilegiada con una producción diversificada con un valor agregado mayor, también los bienes apoyados en el capital de nuevos conocimientos. Transformación que genera beneficio económico para el país, y no solamente estará basado en los bienes primarios sino en la utilización del conocimiento y en las capacidades de la población. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2012)



Figuras 3 Instituciones que impulsan el cambio de la matriz productiva.

Fuente: (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2012)

Durante el transcurso de crear una nueva matriz productiva se debe considerar que el ingreso de productos y servicios al país continúan siendo relevantes para interactuar la economía, considerando no sustituir en su totalidad dichos ingresos puesto que contribuyen a la actividad económica permitiendo desarrollar otras alternativas por parte de los productores y sean capaces de competir en el mercado nacional e internacional. (Izurieta, 2015)

Mientras no surja la limitación total de importaciones los productores aprovecharían dichos recursos para desarrollar mejores productos y servicios utilizando la marca Primero Ecuador así lograrían competir en el mercado nacional e internacional logrando posicionar la marca ecuatoriana con un enfoque de calidad. (Izurieta, 2015)

Los emprendimientos

¿Qué es el emprendimiento?

El espíritu empresarial está vinculado al deseo de implementar un proceso de diseño, lanzamiento y gestión, es decir una empresa nueva, ya se trate de una ya existente que ofrezca un producto o un servicio. El espíritu empresarial comercial está vinculado a la toma de riesgos y la voluntad de obtener un beneficio. Los empresarios revelan su espíritu empresarial como percibir nuevas oportunidades comerciales (necesidades del mercado insatisfechas) para experimentar la competencia con un espíritu de innovación y una actitud pro-riesgo que los hace más propensos a explotar la oportunidad. Pero, el éxito de los empresarios depende del contexto cultural y político favorable para asumir el liderazgo empresarial.

Una persona puede ser un negocio en el que él o ella será el único socio, independientemente del tamaño del negocio y el número de empleados contratados. Para crear su propia estructura, debe considerar lo siguiente:

- No hay límite de edad para crear algún tipo de estructura;
- Estar domiciliado en Ecuador para cualquier creación en el territorio ecuatoriano;
- Obtener ciertos diplomas o entrenamiento (requerido en ciertos oficios artesanales, por ejemplo).

El espíritu empresarial generalmente funciona mejor dentro de un ecosistema (por ejemplo, La Secretaría de Educación y la Senescyt) que incluye programas y servicios que promueven el espíritu empresarial. Esto puede ser realizado por asociaciones, pequeñas empresas consultoras y mentores para empresarios (por ejemplo, a través de centros empresariales o sitios web), incubadoras de empresas, programas de capacitación, educación para el emprendimiento desde una edad temprana, y financiamiento de negocios (por ejemplo, préstamos, financiamiento de capital de riesgo, inversiones de negocios, etc.). (Martins, 2018)

Los riesgos del emprendimiento

Con demasiada frecuencia, en la sociedad, el espíritu empresarial se presenta gloriosamente o, a la inversa, de manera sospechosa, sin darse cuenta de los riesgos que enfrentan los empresarios.

- Enfrentamientos con el riesgo. Los empresarios tienen que cambiar o cuestionar el status quo de la organización. Esto implica riesgos que son evaluados por el líder empresarial con una recompensa asociada. Si esta recompensa no es acorde con el riesgo evaluado, el espíritu empresarial se debilita. Del mismo modo, si otras partes interesadas no pueden

comunicar ni comprender la tolerancia al riesgo, es más probable que se produzcan choques y se corra el riesgo de destruir la cohesión del equipo.

- El estrés (individual o de equipo) también es un riesgo de socavar la capacidad de un empresario para tomar nuevas iniciativas, detectar oportunidades y enfrentar el fracaso.
- La falta de confianza en sí mismo también puede estar asociada con el lado oscuro del espíritu empresarial. Esto puede corresponder con una forma de cautela de los posibles empresarios o, por el contrario, por el comportamiento opuesto de un deseo irreal de éxito con el mito de que es más fácil emprender en el extranjero, o el deseo demasiado grande de control sobre el mercado con desilusión si las expectativas no son correctas, o la desconfianza puede provenir de la propia organización interna que debilita el poder del espíritu empresarial.

Emprendedores Artesanos u Oportunos

Existen diversos Emprendedores en cuanto conocimientos, profesionalismo y la manera en direccionar y tomar decisiones dentro de la empresa. Los Emprendedores Artesanos son aquellos que tienen conocimientos u habilidades técnicas a Diferencia de aquellos emprendedores oportunos que se desempeñan en la manera de gerenciar la empresa.

Características y Rasgos de emprendedores artesanos.

- Son sentimentales, y manejan el negocio como lo hacen con la familia,
- Autoritaria, se niega a recibir órdenes,
- Define sus objetivos a corto plazo,

- Utilizan poco capital para iniciar su negocio.

Emprendedores Oportunos

A diferencia de los artesanos, estos tienen su objetivo y se han preparado y complementado sus conocimientos técnicos con los no técnicos, como los son aquellos estudios en administración, gerencia o finanzas que lo hacen con la finalidad poder direccionar y tomar decisiones acertadas una vez implementado el negocio. (Longenecker, Jasso , & Palich, 2012)

Administración

¿Qué es la administración?

El termino administración hace énfasis en realizar un proceso en el cual se debe realizar de una manera eficiente y eficaz con la ayuda de un equipo de trabajo, estos deben ser capaces de trabajar con los recursos existentes o tratar de reducir en lo necesario para cumplir con los objetivos establecidos inicialmente.

Proceso Administrativo.

El proceso administrativo consiste realizar acciones que ayuden al lograr el objetivo previsto como lo son: Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar. Estas son funciones que se encuentran interrelacionadas

Planificar. - esta etapa se encarga de establecer metas y estrategias para realizar actividades para lograrlo es necesario hacerse preguntas como: ¿qué? Y ¿Cómo? Para así poder definir bien el objetivo a lograr.

Organizar. - Se debe establecer tareas y responsabilidades de modo que los trabajadores puedan conocer cuáles son sus actividades y realizarlos de manera cooperativa, teniendo como representación gráfica un organigrama en el que se establezcan sus funciones.

Dirigir. - el líder o representante del grupo es encargado de guiar, orientar y motivar al grupo de trabajo para que estos puedan realizar sus funciones de manera correcta y que estos sean capaces de lograr la meta previamente establecida y a su vez aportar significativamente a la organización.

Controlar. - no es nada que más supervisar que se esté cumpliendo con la meta establecida, este control se lo hace evaluando el desempeño de cada uno de los integrantes del grupo, en caso de requerir una corrección se debe tomar las acciones necesarias para lograr el resultado. (Gallardo, 2018)

Perfil del emprendedor

Las personas que se deciden abrirse campo en el ámbito de los negocios y optan por ser emprendedores tienen características en común, como el sentido de aprovechar las oportunidades y también poseen constancia al desarrollar su idea de negocio. Si la persona que opta por emprender es una persona decidida y está segura de que rendirá beneficios; esta se dedicará completamente a su negocio y preferirá desempeñarse exclusivamente en el negocio que en otro lugar como empleado. Además, el emprendedor está en constante alerta para descubrir nuevas oportunidades que aún no han sido descubiertas y espera el momento para actuar y sacar provecho de estas oportunidades.

Además, los emprendedores son personas que tienen su visión establecida y saben a dónde quieren llegar y que quieren alcanzar, estos orientan su comportamiento al desarrollo de una actitud

que les hace emprendedores, generan ideas innovadoras desarrollándolas para que sean oportunidades de negocio rentable en las que se comprometen a tal punto de invertir sus recursos, esfuerzo y tiempo.

Se puede decir que el emprendedor tiene el olfato para percibir las oportunidades, que se tiene confianza en su idea de negocio y que al mismo tiempo sabe vender esa idea a los posibles clientes, pero, sobre todo, el emprendedor tiene la capacidad de ofrecer resultados positivos para sí mismo como para el negocio.

Actividad Emprendedora Temprana (TEA) en Ecuador

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) recogió información de 2060 personas de edad adulta y 37 expertos a nivel nacional, lo que permitió identificar y analizar las características de la actividad emprendedora en el país (Virginia, Xavier, Guido, Andrea, & Edgar, 2017).

Indicador GEM * (% de población de 18-64 años)	Ecuador	Economías de eficiencia
Percepciones, valores y atributos de la sociedad		
Oportunidades percibidas	40,2%	43,8%
Capacidades percibidas	73,0%	53,5%
Temor al fracaso	31,7%	39,1%
Emprendimiento como buena opción profesional	58,5%	65,7%
Alto estatus de emprendedores exitosos	57,4%	66,3%
Atención de los medios al emprendimiento	70,3%	60,1%
Actividad emprendedora		
Intención de emprender	51,6%	30,1%
Actividad Emprendedora Temprana (TEA)	29,6%	14,9%
Motivado por necesidad (% de TEA)	42,3%	26,6%
Motivado por oportunidad (% de TEA)	57,3%	71,6%
Expectativas altas de crecimiento (% de TEA)	3,9%	13,6%
Actividad Emprendedora del Empleado (EEA)	0,5%	1,9%
Propiedad de negocios establecidos	15,3%	8,9%
Descontinuación de negocios en últimos 12 meses	6,8%	3,9%

Figuras 4 Indicadores GEM 2017 para Ecuador y economías de eficiencia

Fuente: (Virginia, Xavier, Guido, Andrea, & Edgar, 2017)

Los resultados muestran que en el 2017, alrededor de 3 millones de adultos empezaron el proceso de puesta en marcha de un negocio, es decir; un negocio naciente, o poseían uno con menos de 42 meses de antigüedad (emprendimiento nuevo), lo que representa el 29,6% de la población entre 18 y 64 años, siendo este el TEA mas alta de la región por sexto año consecutivo. (Virginia, Xavier, Guido, Andrea, & Edgar, 2017)

Asi mismo los diversos factores que influyen en las condiciones de los emprendimientos han tenido sus variaciones con respecto a años anteriores; a continuación, se presentarán un puntaje

promedio de dichas variaciones de cada uno de los factores que intervienen en los emprendimientos.

Factor	Descripción	Promedio 2012-2015	2016	2017
A	Apoyo financiero	3,85	2,86	3,15
B1	Políticas gubernamentales: Políticas generales	5,11	3,38	3,53
B2	Políticas gubernamentales: Regulación	3,67	2,68	2,93
C	Programas gubernamentales	4,49	3,36	3,58
D1	Educación y formación: Primaria y secundaria	3,79	3,07	3,60
D2	Educación y formación: Educación superior	5,82	5,33	5,99
E	Transferencia de I+D	3,82	3,17	3,52
F	Infraestructura comercial y profesional	5,06	4,57	5,06
G1	Apertura del mercado interior: Dinámica	4,18	4,54	4,59
G2	Apertura del mercado interior: Apertura	4,46	4,21	3,93
H	Acceso a infraestructura física	7,45	6,72	6,99
I	Normas sociales y culturales	5,39	5,35	4,99

Figuras 5 Puntaje promedio para las condiciones marco para el emprendimiento en Ecuador, 2012-2017

Fuente: (Virginia, Xavier, Guido, Andrea, & Edgar, 2017)

A continuación se analizará cada uno de estos factores que inciden en el marco del emprendimiento:

Apoyo financiero: la mejora en este factor se debe principalmente a una mejor evaluación respecto a la disponibilidad de subvenciones del estado. El financiamiento para los emprendedores también se realiza a través de los recursos que poseen el emprendedor y su familia, amigos y otras fuentes privadas.

Educación y formación: aquí se reconoce la fortaleza en la educación de tercer nivel, educación continua y la calidad en la formación empresarial.

Infraestructura comercial y profesional: en este factor sobresalen varias facilidades que tienen los emprendedores como son el acceso a consultores, proveedores, a servicios profesionales; sin embargo, siguen existiendo limitaciones como el costo que tienen cada uno de los servicios para los emprendedores.

Apertura mercado interior: la puntuación ha sido media y este factor se ha mantenido estable en cuanto a la efectividad de la ley antimonopolio, muchos de los expertos a nivel nacional consideran que las nuevas empresas enfrentan barreras de entrada y altos costos que los emprendedores no pueden asumir.

Acceso a infraestructura física: el Ecuador en este factor se destaca mucho entre los demás países de la región. El fácil acceso y costo asequible tanto en viabilidad como en servicios básicos y TICS son los aspectos destacados.

Políticas gubernamentales: para los emprendedores el aspecto más crítico se refiere a regulación y trámites que tiene que realizar para su negocio, y el hecho de los cambios en los impuestos crea cierto grado de incertidumbre en estas personas al momento de realizar todos estos trámites administrativos, en la cual muchas de las veces pierden tiempo valioso.

Normas sociales y Culturales: los expertos nacionales perciben que la sociedad ecuatoriana no logra estimular en igual grado que hace 3 a 5 años la autonomía, iniciativa personal y toma de riesgos asociada al emprendimiento. (Virginia, Xavier, Guido, Andrea, & Edgar, 2017)

Antecedentes Referenciales

Análisis de diferentes emprendimientos en la ciudad de Milagro

Barber shop

Barber shop es un emprendimiento que actualmente está de moda en la ciudad de Milagro y que atrae a mucha gente masculina para realizar algún corte en su barba o cabello y tener un aspecto diferente y más varonil. Con un concepto único, una mezcla de técnicas nuevas y antiguas en un solo lugar, han desplazado los antiguos negocios de corte de cabello (aún existen en nuestra ciudad).

Entre sus servicios están: corte de cabello, corte y arreglo de barba y bigotes, cejas, mascarillas humectantes. Además, ofrecen combos para captar la atención de nuevos clientes.

Sin embargo, el salón está abierto no solo para hombres sino también a mujeres y niños, e incluso algunas admiten mascotas. Muchos de los productos utilizados son naturales, se utilizan y venden en los locales. Algunos de estos locales ofrecen servicios personalizados a cada uno de sus clientes y de acuerdo con sus necesidades. (Emprendedores, 2017)

Impacto económico de los Barber Shop

Se ha podido observar la gran afluencia de clientes que les ha llamado la atención de los emprendimientos Barber Shop, e incluso, en varios sitios de la ciudad de Milagro se han abierto al público varios locales ofreciendo varios servicios de calidad. Es un emprendimiento rentable que permite sustentar la economía del emprendedor e incluso abre las puertas a nuevos empleados, aportando a la economía local, (...). El único inconveniente es que el emprendimiento maneja poco

personal y espacios reducidos en los locales, pero es ideal para empezar con un negocio propio y con una inversión mínima. (Zagal Muñoz, 2018)

Panaderías – Pastelerías

Las panaderías y pastelerías son un emprendimiento que lleva muchos años en la ciudad de Milagro, pero nunca ha dejado de ser un negocio sustentable. Existen varias panaderías tradicionales a lo largo del casco central y sectores aledaños como pequeños emprendimientos para cubrir las demandas diarias de la población.

El pan es un alimento importante y necesario, al alcance de todos, permite satisfacer de carbohidratos y otros elementos. Cotidianamente el pan es servido diariamente en las mesas de empresarios y de personas de escasos recursos económicos.

Según (Molina & Onofa, 2017) para llegar a ser un emprendedor panadero – pastelero debe reunir ciertos requisitos:

- Capacitación que puede realizarse en dos años y le permite aprender a producir y presentar panes y pasteles de conformidad con las normas de calidad, higiene y seguridad vigentes. Además, puede seguir complementando otras especialidades y ganar más competencia.
- Tener un local ideal que satisfaga las condiciones adecuadas, especialmente de higiene y atención al público.
- Exhibir los productos junto con sus precios.
- Tener todos los permisos para el funcionamiento, así como cuerpo de bomberos y de salud.

Impacto en la economía sustentable de la panadería - pastelería

El impacto en la economía sustentable de este tipo de negocio dependerá de varios factores como, por ejemplo: ubicación, productos, el personal ideal y capacitación adecuada. El negocio bien dirigido puede brindar un gran impulso a la economía y permitir estar por mucho tiempo en el mercado milagreño. La investigación de mercado, una mala elección de estatus legal o un plan de negocios mal preparado pueden poner en peligro la apertura y la gestión de su panadería a largo plazo. Este negocio exige esfuerzo, perseverancia y capacidad emprendedora.

Es importante cotizar la materia prima y otros gastos para evitar trabajar en rojo. Además, puede trabajar en forma individual o unida al sindicato de artesanos. Debe considerar el valor del trigo y conocer sobre los subsidios del mismo del estado ecuatoriano ya que depende de ello para poder emprender un negocio como éste. (Aguirre, 2019)

Emprendimiento de licoreras

El mercado milagreño es consumidor por excelencia del buen vino, los licores, la cerveza y otros productos que pueden acompañarse en todo evento social y familiar. Existen varios sectores a lo largo de las avenidas principales donde se puede adquirir dichos productos y los precios varían dependiendo de la calidad de los licores. Normalmente los días de consumo más propicios son los fines de semana y fiestas nocturnas además de eventos populares como el día de la madre, el día del padre, fiestas de cantonización, navidad y fin de año.

Así, abrir una bodega o licorera requiere conocer los diferentes vinos y saber cómo resaltarlos; sin mencionar el conocimiento técnico de la buena conservación de la botella, además, conocer las disposiciones legales y acatar incluso la ley seca impuesta por el gobierno para días de elecciones.

Para mantener su bodega, deberá satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes en este sector al tiempo que se destaca de sus competidores. Una investigación de mercado es esencial saber si es adecuado para crear una licorera en la zona geográfica, que desarrollan productos, cómo se diferencian y vectores que se va a vender sus productos (comercio electrónico, directamente la bodega, métodos de entrega, etcétera). (Villalva & Fernando, 2012)

Impacto en la economía sustentable de las licoreras

El impacto económico sustentable tanto para el inversionista como para la economía de la ciudad es rentable ya que existen si bien es cierto que en el año 2018 fue un buen año para los negocios, se estima que este año 2019 las ventas bajarán. Sin embargo, los licores europeos están siendo consolidados en territorio ecuatoriano, marcando una preferencia de parte de los consumidores.

Al iniciar el negocio, entre las principales inversiones, se debe considerar el costo del desarrollo en su local, decoración, equipo y herramientas (gabinetes, refrigerados...), el stock inicial, pero también los costos de puesta en marcha y comunicación. Los profesionales del sector invierten en promedio entre 5,000 hasta 10,000 o más para una tienda licorera.

Se ha estimado que las personas emprendedoras están iniciando sus actividades con licores y cervezas caseros los cuales están dando un gran éxito, según el diario el Telégrafo más de 20 millones de litros de licor se producen anualmente en Ecuador, lo que se estima que este tipo de producción se incrementará con el pasar del tiempo y por ende satisface el mercado local, así como nacional. Se ha podido comprobar en el mercado que ciertos licores han bajado de precio lo cual

incentiva el establecimiento de nuevos locales comerciales o emprendimientos enfocados al consumo de licores tanto nacionales, extranjeros e incluso caseros. (Tagle, 2019)

Emprendimiento de comidas rápidas

Las comidas rápidas es un sector en crecimiento que está lleno de posibilidades: la pizza, patatas fritas, hamburguesas, comidas express, mesa tipo barra, etc. Y que cada año atrae a muchos empresarios y emprendedores en la ciudad de Milagro. Además, ya sea por tradición, un rico plato típico de las diversas regiones del Ecuador puede centrarse en miniatura en nuestra ciudad, la cual ofrece exquisitos platos para degustar a cualquier hora del día.

Para crear un negocio de comida rápida, se necesita hacer muchas cosas. En primer lugar, debe cumplir con los estándares regulatorios del sector de actividad, obtener todas las autorizaciones necesarias y completar todos los trámites de registro, los cuales se los puede realizar con el debido asesoramiento o en el GAD Municipal.

Es importante recalcar la higiene, la limpieza y la seguridad del local de comidas rápidas, ya que éstos podrían convertirse en focos infecciosos, por este motivo se regula dichos establecimientos para que los productos preparados sean de una buena calidad y bajo un clima agradable. (Andrade & Guijarro, 2012)

Impacto en la economía sustentable de las comidas rápidas

La ciudad de Milagro es el centro de la degustación de los pueblos aledaños y por qué no decirle de la misma población milagreña, es un emprendimiento que deja grandes ganancias y aporta a la economía de la ciudad haciéndola más sustentable y accesible a las inversiones. Muchos

emprendedores empiezan con un capital mínimo la cual va en aumento dependiendo de la ubicación, los gustos de las personas y de la calidad del plato a ofrecer.

Tanto es así que, en el mercado milagreño se puede encontrar diversos tipos de negocios que sustentan y fortalecen el comercio y las finanzas, entre los negocios más destacados y que se ha visto grandes afluencias de personas son:

- Restaurantes con platos a la carta.
- Restaurantes vegetarianos
- Puestos ambulantes de comidas rápidas: hotdog, hamburguesas, chocho y bebidas o sodas.

Para tener éxito en las comidas rápidas, aquí hay algunas cosas a considerar primero: La elección del lugar es crucial para tener éxito. Su negocio debe estar ubicado en un lugar donde haya suficiente paso, es importante estar visible. Si opera su negocio sobre la marcha, debe seleccionar buenas ubicaciones.

Los productos que ofrece deben adaptarse a los clientes de su área de captación (área de oficinas, área comercial, escuelas, público ambulante, etc.). La calidad de los productos ofrecidos es un parámetro importante. Al centrarse en la calidad, se hará más fácil la lealtad de sus clientes. Un cliente satisfecho es un vendedor que lo ayudará a desarrollar su negocio al compartir su experiencia con su familia. Y a la inversa, los clientes decepcionados pueden degradar rápidamente su reputación. (González, 2018)

Emprendimiento de eventos sociales

Participar en eventos, ya sea como un auto emprendedor o creando una empresa, es un proyecto compartido por muchas personas dinámicas milagreñas que se comprometen a organizar eventos que satisfarán a un gran número de personas. Siendo que la población de la ciudad aumenta cada año y los eventos sociales como: cumpleaños, quinceañeras, matrimonios y fiestas populares exigen cada vez más una atención especializada con programa organizativo de calidad, es en esta oportunidad que el emprendedor de eventos sociales entra en acción.

Es importante la creatividad en este tipo de emprendimiento social, ya que exige satisfacer las demandas de un público muy exigente y variado. Además, se debe contar con el equipo ideal, manteles, ornamentos propicios, y otros enseres que acondicionarán el lugar para que el evento sea lo más hermosos y llamativo. (Mazzoli, 2019)

Normalmente este tipo de emprendimiento es requerido las 24 horas del día, los 365 días del año para organizar, planificar y realizar la puesta en marcha de un evento con todo el equipo funcional. De acuerdo al presupuesto del emprendedor puede implementar una serie de servicios adicionales para completar el negocio y obtener grandes beneficios económicos.

Impacto en la economía sustentable de los eventos sociales

El emprendimiento de este tipo de negocio está en su etapa floreciente, es nuevo y pocas veces se le ha dado el lugar o la importancia, actualmente ocupa la atención de todas las personas que desean organizar una actividad ya sea en interiores de un salón o casa o en los exteriores, al aire libre y para todo ello demanda de gastos e inversiones que las personas están dispuestas a ofrecer.

Es un negocio rentable y sustentable para la economía milagreña con un margen de ganancia desde el 10 al 30% de los costos facturados, brinda las condiciones ideales para socializar y adquirir experiencia, además, permite ampliar e irradiarse a otros lugares una vez captado la atención y el gusto de los clientes. Aún existen amplias oportunidades para el emprendedor de eventos sociales, es una empresa que satisfacer tanto al emprendedor como al público en general. (Vallejo, 2015)

Según (Escobar) en su tesis de Maestría quien ha realizado un análisis estructural y dinámico de los emprendimientos en la provincia de los Ríos, en la cual establece que los emprendedores deben empezar por tener iniciativa, adicional, estos deben surgir de una necesidad o una oportunidad de negocio que le permitan emprender. Además de que esta iniciativa debería tener apoyo por algún programa como los son el Buen vivir y dar un seguimiento para determinar cuáles son los principales obstáculos que se presentan al inicio de los emprendimientos.

MODELOS DE EMPRENDIMIENTOS

BUSINESS MODEL CANVAS

Conocido también como modelo de negocio con el que una empresa busca crear valor, por medio del uso de estrategias que ayuden al desarrollo de la principal actividad de la empresa y así lograr los objetivos propuestos, motivando el crecimiento del negocio.

Además el modelo Canvas: “Es un modelo económico que busca transformar las ideas en innovadoras para el mercado, logrando que la empresa cree, presente, y capture valor dentro del mercado. Se debe organizar claramente las ideas e identificar sus prioridades” (50 Minutos, 2017).



Figuras 6 Business Model Canvas

Fuente: (Modelo Canvas , 2019)

1. **Segmentos de clientes:** la pregunta clave para crear este modulo del modelo Canvas es ¿a quien ayudas? ¿a quien creas valor?, aquí se debe definir y analizar a los prospectos del proyecto y adicional se debe analizar los fututos problemas y necesidades para asi determinar como el nuevo proyecto en marcha puede ayudar a realizarlo. (Martín, 2018)
2. **Propuesta de valor:** se debe considerar factores que seran de utilidad para determinar la propuesta de valor del modelo de negocio, los cuales significan un gran beneficio en la segmentación de los clientes, entre esos factores se menciona a los siguientes.
 - *Precio:* este factor es de gran importancia, busca ofrecer soluciones a la segmentacion de clientes a precio que se encuentre por debajo de la competencia.

- *Novedad:* la propuesta de valor debe cubrir necesidades las cuales aun no se han detectado, es decir se debe encontrar solución antes de que se desarrolle el problema.
- *Calidad:* las características y funciones del producto que se ofrece debe tener un plus en comparación a la competencia.
- *Conveniencia:* Las actividades o necesidades de los clientes debe ser cubiertas y así poder disminuir sus esfuerzos
- *Marca / Status:* Hacer que en el mercado se establezca una nueva tendencia y que esta tenga gran acogida en el mercado.
- *Reducción de riesgos:* La solución que se le ofrece al cliente debe representar un bajo riesgo a diferencia de la competencia: del tipo financiero, social o ambiental.
- *Reducción de costes:* Utilizar los recursos de la empresa de manera eficaz y así poder optimizar los costos y gastos del proceso.
- *Diseño:* Determinar los rasgos y características del diseño, para determinar la propuesta.
- *Personalización:* Buscar una solución que se adapte a cada necesidad de los clientes, ofreciendo una atención personalizada para cubrir con ellas.

3. **Canales de distribución:** La compañía se pone en contacto con los clientes por medio de esta herramienta que son los canales de distribución, lo cual se considera uno de los factores

importante al igual que los demás elementos para ofrecer una mejor experiencia a los clientes, considerando cual es el mejor canal de distribución, función, Preferencia de los clientes y eficiencia. (Business Model Canvas Generator, 2019)

- 4. Relaciones con los clientes:** Hace énfasis en el tipo de relación que se va a establecer con el cliente, y este debe resultar conforme, pues de ello depende el incentivar y retener al cliente y además lograr atraer a nuevos prospectos, para ellos se debe tener en consideración como lograr cubrir sus necesidades y obtener opiniones o sugerencias para mejorar.
- 5. Fuentes de Ingresos:** la idea de negocio debe tener fuentes de ingreso para tener éxito, de ello depende el futuro del negocio por lo que debe considerarse una prioridad al momento del iniciar y mantener un ingreso adicional para la evolución o crecimiento y determinar las fuentes económicas de nuestra idea de negocio, el cual es un aspecto fundamental si queremos tener éxito se debe reinvertir para tener mayores resultados
- 6. Recursos clave:** Se debe identificar los recursos y activos necesarios para implementar la idea de negocio, entre los recursos se encuentra el cómo se va a desarrollar la propuesta de valor y que medios se necesitan para ello (tecnología, infraestructura, etc. La mayor parte del éxito depende de los recursos claves, adicionalmente se debe considerara la importancia de la propuesta de valor para lograr que los clientes deseen adquirir ya sea el producto y servicio.
- 7. Actividades clave:** Las actividades claves son necesarias para dar valor de marca, se debe conocer a fondo las estrategias a utilizar para poder potenciarlas, es una de las piezas claves

para establecer el modelo de negocio, se debe tener claro para saber qué es lo que vamos a transmitir a los prospectos.

- 8. Red de alianzas o asociaciones o socios clave:** Se debe establecer claramente quienes serán los socios claves y alianzas, es mantener una red de Networking que ayude a potenciar el negocio dentro del mercado y así mejorar las relaciones entre profesionales o emprendedores según sea el caso.
- 9. Estructura de costos:** es uno de los aspectos menos implementados a la hora implementar un negocio, sin embargo es uno de los más importantes para garantizar el éxito y definir el modelo de negocio. Se debe definir los costos para conocer claramente el precio que pagarán los clientes por el producto o servicio que se ofrece según la idea de negocio. (Modelo Canvas , 2019)

MODELO FREEMIUM

Surge de la unión de las palabras Free y Premium. Este término hace énfasis a un modelo de negocio el cual consiste en un grupo de productos o servicios que se ofrecen de manera gratuita o a su vez se ofrecen a un muy bajo costo, lo cual es una gran estrategia implementada con la finalidad de generar mayores ganancias a pesar de parecer algo contradictorio. Sin embargo, existen diversos patrones que ayudan aprovechando las utilidades del modelo de negocio Free y que, a pesar de ello, pueda generar altos ingresos.

Aquellos negocios que aplican el modelo Freemium, tienen una ventaja competitiva, pues cada día se presentan ante nuevas posibilidades de atraer nuevos clientes debido a la recomendación positiva que generan los usuarios que se encuentran satisfechos por los servicios ofrecidos.

Adicional a ello, estos negocios utilizan otras estrategias como servicio adicional en la que implementan nuevas herramientas para lograr captar nuevos usuarios, y sirven de las recomendaciones de los usuarios para recibir sugerencias que les permita mejorar su servicio o adicionar otros nuevos. (Flores, 2013)

Claves de un modelo de negocio Freemium

Según (Megias, 2012) en su investigación ¿Cómo funcionan los modelos de negocio freemium?

Da ciertas claves prescindibles para aplicar este modelo:

1. **Valor.** - Se refiere a la proposición de valor que se está ofreciendo de manera gratuita, pues que sea gratis no es suficiente para tener más usuarios, por ello es que se agrega la proposición Premium lo cual debe ser completa y cubrir satisfactoriamente las necesidades de los usuarios e incluso con aquellos que tienen necesidades más exigentes.
2. **Volumen.** – Aquí se deben hacer preguntas realmente importantes como: ¿Cuántos clientes y dinero tendrás? Con esos datos se debe lograr recolectar el dinero necesario para cubrir con los gastos por los servicios ofrecidos de manera gratuita.
3. **Conversión.** - En continuidad con el punto anterior, en la conversión las empresas que manejen un modelo Freemium deben estar dispuestos a aceptar sugerencias de mejora continua para lograr que los clientes dejen de ser Free para posteriormente convertirse en Premium, se debe utilizar estrategias para lograr que el usuario de un paso a otro sin lograr incomodar y permitiendo cumplir cada ciclo del cliente.

4. **Canibalización.** – Se debe tener claramente la diferencia existente entre Free y Premium, pues los servicios gratuitos se deben mostrar interesantes, útiles y que estos a su vez no canibalicen e impidan adquirir clientes Premium
5. **Precio.** – En este tipo de modelo de negocio el cobro es de gran importancia: el límite de usuarios Premium debe lograr ser mayor al volumen de ingresos free y con estos costos lograr cubrir aquellos recurrentes en la gratuidad. Al inicio del negocio no resultara sencillo por lo que la empresa debe plantearse los objetivos a largo plazo, es decir considerar un largo tiempo en lograr que los nuevos usuarios pongan a prueba el servicio free para posteriormente pasar a ser Premium, de forma que cualquier crecimiento por encima de esto sirva para aumentar la rentabilidad.
6. **Mercado.** - Adicional al punto anterior, respecto al mercado este debe estar dirigido a mercados masivos, dirigirse a nicho de mercado no se considera útil ya que en el modelo de negocio lo que se busca es adquirir grandes cantidades de clientes para ser considerado rentable.
7. **Coste servicio.** -El costo por ofrecer el servicio a cada uno de los clientes tiene que ser lo más bajo que se pueda conseguir, pues el modelo está dirigido a un grupo de mercado masivo y el aumento de los usuarios no deben indicar grandes cantidades en los gastos, pues la finalidad es maximizar la rentabilidad del negocio.
8. **Escalabilidad.** – los costos por manejar este tipo de modelo suelen ser muy bajos, mientras que los ingresos generados en el negocio pueden crecer rápidamente, es decir se deben aplicar estrategias de negocio que permiten crecer continuamente como

pueden ser ofrecer un autoservicio, aplicar la economía de escala u otros que se consideren necesarios.

9. **Exploración:** estos modelos de negocios generalmente se utilizan para incursionar en nuevos mercados por lo que es necesario educar a los usuarios sobre su servicio o en un tema en el cual el cliente no tiene conocimiento suficiente, y facilitar el cómo llegar a utilizar el servicio. (Megias, 2012)

CAPITULO 2

METODOLOGÍA

Tipo de Investigación

El tipo de investigación se lo realiza determinando diferentes características:

- Según su finalidad la investigación será teórica o aplicada, debido a que tiene la intención de mejorar la calidad de vida y ayuda a contribuir con la construcción de nuevos conocimientos para el lector.
- Según su objetivo gnoseológico, la presente investigación es descriptiva por el motivo que refleja las características observables dentro de los emprendimientos de la ciudad de Milagro, además se apoya en conocimientos empíricos debido a que se utiliza la observación como la encuesta para obtener los resultados deseados.
- Además, la presente investigación se encuentra dentro de la clasificación según su orientación temporal debido a que su estudio tiene sus bases en el pasado, además se analizará cómo ha sido el desenvolvimiento de los emprendimientos en el presente y sus resultados van enfocados hacia una mejora para los nuevos emprendimientos en el futuro.
- Según el tipo de datos, en la presente investigación se realiza un enfoque cuantitativo. Para recabar datos estadísticos de los factores que contribuyen en el desarrollo de emprendimientos, los cuales serán medidos por medio de encuestas. La investigación cuantitativa, refleja la necesidad de medir y estimar magnitudes de los fenómenos en este caso, del problema de investigación. (Roberto, Carlos, & Pilar, 2014)

- Además, según su lugar, se plantea una investigación de campo, donde se busca recabar información directamente de los emprendedores de la ciudad de Milagro, es decir se enfoca específicamente en el mercado meta.
- También corresponde a una investigación en base a libros bibliográficos debido a que se basa en información ya establecida y a estudios realizados lo que ha permitido fundamentar el marco teórico.

Diseño

El diseño de la investigación es exploratorio, pues se ha utilizado información de libros, artículos y revistas con la finalidad de obtener información que permita realizar un análisis de la situación actual de los emprendedores, conociendo las causas y consecuencias del problema.

Método de medición

Se utiliza método empírico una vez realizado el diseño exploratorio, además se recopila información con el uso de encuestas dirigidas a los emprendedores, para así obtener información necesaria para validar lo recopilado en la teoría.

¿Qué es una encuesta?

Es una técnica realizada para la obtención de datos de un tema específico mediante la elaboración de preguntas para poder conocer la opinión de los encuestados y corroborar la hipótesis desarrollada.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Características de la población

La presente investigación está orientada a los 5 mil establecimientos económicos que existen en la ciudad de Milagro, los cuales representan el 4,2% de los negocios de la provincia del Guayas según datos del Sistema Nacional de Información (SNI) que es un ente coordinado por la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES). (Sistema Nacional de Información, 2010)

Delimitación de la población

En la presente investigación se cuenta con una población finita, por tal motivo se realizará encuestas al sector comercial de la ciudad de Milagro además también se realizarán a personas que estén en planes de iniciar un emprendimiento.

Tipo de muestra

Debido a que en la investigación no es posible o conveniente realizar un censo (analizar todos los elementos de la población), se selecciona la muestra, esto es la representación de la población. La muestra como tal debe lograr una representación adecuada y precisa de la población, en la que se refleje los rasgos esenciales de dicha población que son importantes para la investigación.

En la investigación se utilizará el muestreo probabilístico, el cual permitirá que todos los integrantes de la población tomada en consideración tengan las mismas posibilidades de ser seleccionadas para formar parte de nuestra muestra, gracias a los resultados que obtendremos de la muestra tendremos un concepto más cercano acerca de la realidad que vive la población.

Tamaño de la muestra

Para obtener la muestra para nuestra investigación es necesario aplicar la formula estadística del modelo probabilístico, debido a que este nos permite analizar de acuerdo a nuestro criterio de investigación con un margen de error del 5%, siendo esta la siguiente fórmula utilizada:

$$n = \frac{N p q}{\frac{(N-1) E^2}{Z^2} + p q}$$

Dónde:

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población

E: error admisible que lo determina según el criterio del investigador de cada estudio.

p: posibilidad de que ocurra un evento, $p = 0,5$

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, $q = 0,5$

Z: nivel de confianza, que para el 95%, $Z = 1,96$

Para calcular la muestra se tomará como universo a los hombres y mujeres que cuentan con algún tipo de negocio o emprendimiento dentro de la ciudad de Milagro, a los cuales se les aplicará el instrumento investigativo conocido como encuesta.

Remplazando los datos en la formula tenemos:

$$n = \frac{(5000) (0,5)(0,5)}{\frac{(5000 - 1) (0,05)^2}{(0,95)^2} + (0,5)(0,5)} \quad n = 333$$

Proceso de selección

Dentro de la investigación se utilizará el muestreo probabilístico, por el motivo de que la población económicamente activa (hombres y mujeres mayores de 18 y hasta los 65 años) de la ciudad de Milagro, están en capacidad de adquirir un compromiso financiero, con capacidad de defenderse legalmente y propiamente de emprender un negocio.

Selección sistemática de elementos muestrales: este procedimiento de selección es muy útil e implica elegir dentro de la población ($N= 5000$) un número ($n=333$) de elementos a partir del intervalo K . Este es un intervalo que se determinará por el tamaño de la población y el tamaño de la muestra.

Métodos y técnicas

Dentro de esta investigación se emplearán encuestas dirigidas a microempresarios, método y técnica que nos ayudarán a dar una acertada ilustración de la importancia que tiene este proyecto, el cual tendrá como beneficiarios a personas de la ciudad de Milagro

Métodos teóricos

El método histórico: Mediante la aplicación de este método se examinará como se han ido desarrollando los negocios hasta la actualidad y nos permitirá analizar las razones del porqué se han llegado a tener problemas y como poder mejorar de la manera más adecuada.

El método lógico: Se utilizará este método dentro de la investigación con la finalidad de obtener criterios en base a nuestras hipótesis, de lo que ha ocurrido con los negocios en la ciudad.

Métodos empíricos

El método de observación:

Con la implementación de este método nos permitirá valorar el medio en el cual se desarrolla el negocio y mediante esto obtener conclusiones que aporten con el tema de nuestro proyecto.

El método de experimentación:

Nos dará la oportunidad de dar a conocer los beneficios y ventajas que conlleva emprender dentro de la ciudad de Milagro.

Procesamiento estadístico de la información

Para obtener una conclusión de nuestra población en base a nuestros métodos estadísticos, técnicas e instrumentos usados se elaborarán gráficos de referencia para mediante esto obtener porcentajes aproximados a la realidad que se ha investigado y así poder comprobar nuestra hipótesis, se utilizará el sistema Microsoft Excel para la tabulación y luego se procederá a la diagramación de dichos datos.

Hipótesis general

La aplicación de modelos de negocios contribuye al desarrollo de emprendimientos y su aporte a la economía local.

Hipótesis específicas

Los componentes o elementos que integran un modelo de negocio influyen positivamente en la rentabilidad de la misma.

Los emprendimientos empíricos desarrollados en la Ciudad de Milagro generan poco crecimiento empresarial.

Los diferentes modelos de emprendimientos contribuyen en la mejora de la estabilidad económica local y a nivel nacional.

Modelos de emprendimientos tienen aceptación en el mercado Milagreño.

Operacionalización de las variables

N°	HIPÓTESIS	VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE	INDICADORES	ACCIONES
1	Los componentes o elementos que integran un modelo de negocio influyen positivamente en la rentabilidad de la misma.	Los componentes o elementos sobre los modelos de negocio	Rentabilidad	VI: Analizar Dominio y manejo del negocio	Encuesta, Análisis de las encuestas.
				VD: Financiamiento	Encuesta, Análisis de las encuestas.
2	Los emprendimientos empíricos desarrollados en la Ciudad de Milagro generan poco crecimiento empresarial.	Los emprendimientos empíricos	Crecimiento empresarial	VI: Índice de Capacitaciones	Encuesta, Análisis de las encuestas.
				VD: Medidores de desempeño, análisis de los estados de resultado	Encuesta, Análisis de las encuestas.
3	Los diferentes modelos de emprendimientos contribuyen en la mejora de la estabilidad económica local y a nivel nacional.	Conocimiento de los diferentes modelos de emprendimientos	Estabilidad económica local y nacional	VI: Conocer los tipos de emprendimientos	Encuesta, Análisis de las encuestas.
				VD: evaluar el impacto económico que generan los emprendimientos	Encuesta, Análisis de las encuestas.

4	Modelos de emprendimientos tienen aceptación en el mercado Milagreño.	Estrategias que aplican los nuevos emprendimientos en el mercado	Aceptación en el mercado	VI: análisis del comportamiento emprendimientos	Encuesta, Análisis de las encuestas.
				VD: evaluar el nivel de ventas	Encuesta, Análisis de las encuestas.

CAPITULO III

RESULTADOS OBTENIDOS

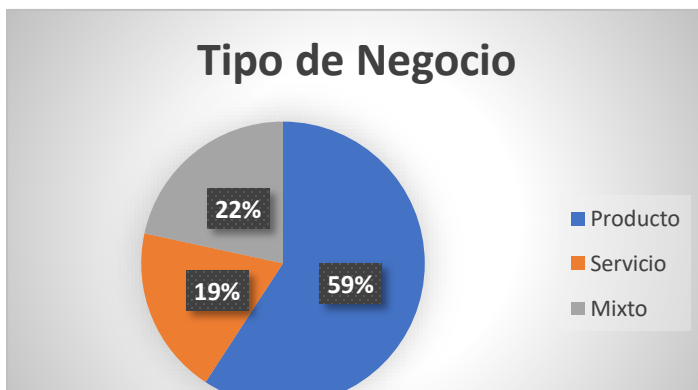
Presentación de los datos obtenidos en la encuesta.

Tipo de Negocio:

Cuadro 1

Encuesta. Tipo de negocio

	Frecuencia Relativa	Porcentaje
Producto	197	59,2%
Servicio	64	19,2%
Mixto	72	21,6%
TOTAL	333	100,0%



Figuras 7 Análisis de los tipos de negocios establecidos en la ciudad

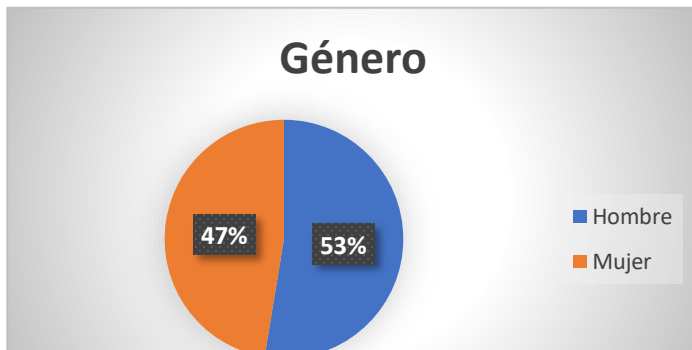
Interpretación: El 59% de los emprendedores afirmaron que se dedican exclusivamente a la comercialización de productos, mientras que el 19% de los encuestados aseveran que sus comercios son netamente de servicios, y un 22% dijo que sus comercios son mixtos.

*Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.
Elaborado por: Geomayra Peñafiel y David Urgilez.*

Género:

Cuadro 2
Encuesta. Genero del encuestado

	Frecuencia Relativa	Porcentaje
Hombre	175	52,6%
Mujer	158	47,4%
TOTAL	333	100%



Figuras 8 Género de los emprendedores

Interpretación: Al referirnos al género de los encuestados el 53% de estos nos afirmaron ser hombres y la diferencia que es un 47% indicaron pertenecer al sexo femenino.

proceso de encuesta.

Elaborado por: Geomayra Peñafiel y David Urgilez.

Fuente: Información obtenida del

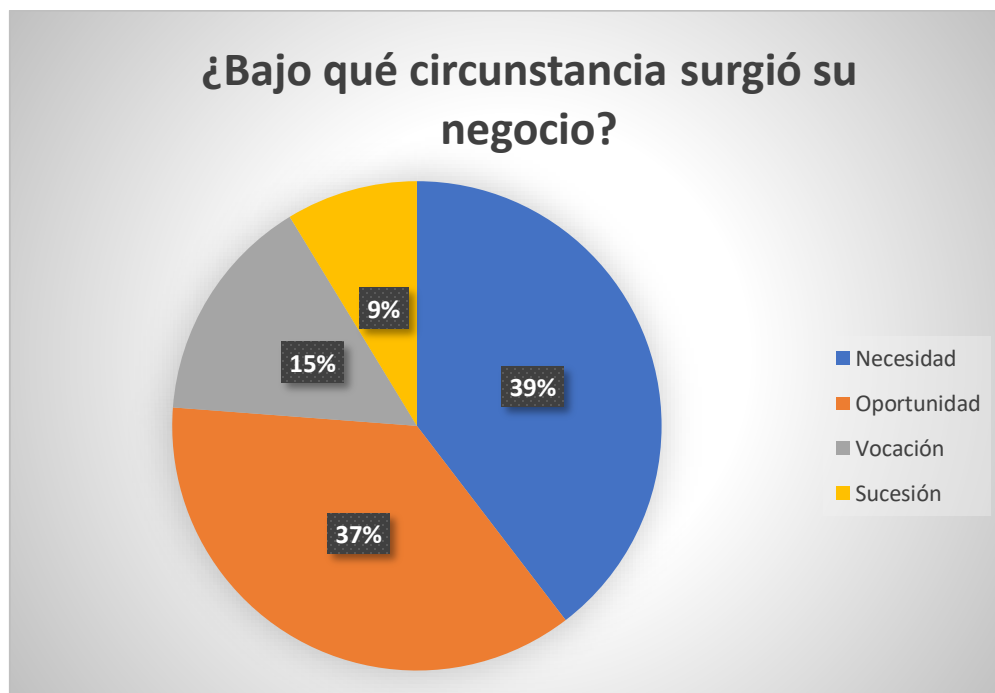
Pregunta 1

¿Bajo qué circunstancia surgió su negocio?

Cuadro 3

Encuesta. Circunstancias del surgimiento del negocio

	Frecuencia Relativa	Porcentaje
Necesidad	132	39,6%
Oportunidad	122	36,6%
Vocación	50	15,1%
Sucesión	29	8,7%
TOTAL	333	100,0%



Figuras 9 Circunstancias del surgimiento del negocio

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.

Elaborado por: Geomayra Peñafiel y David Urgilez.

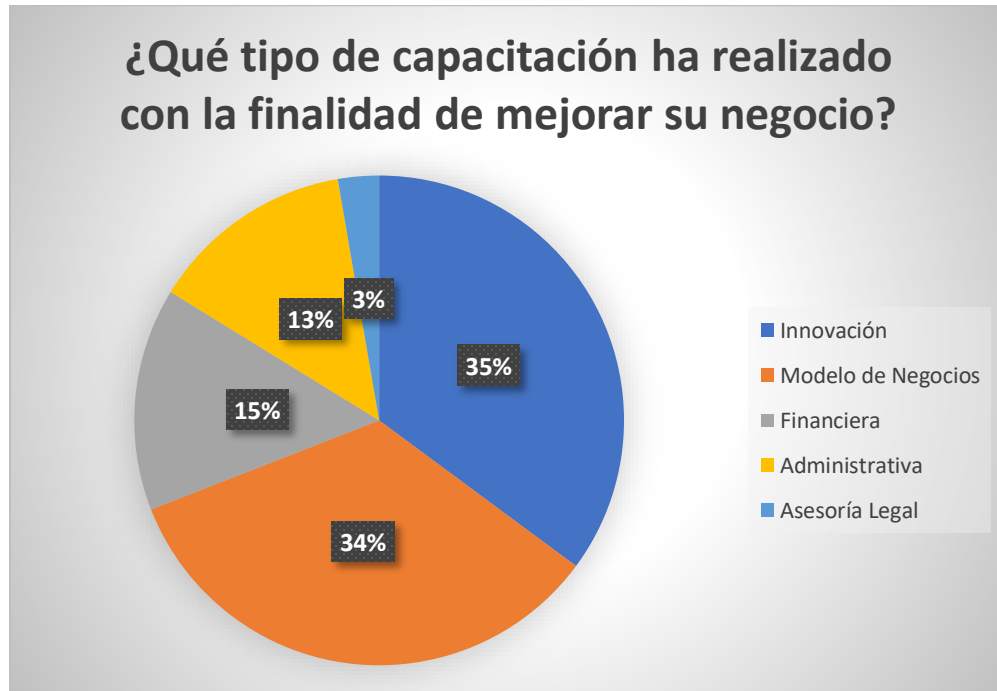
Interpretación: El 39% de los encuestados nos comentó que sus negocios surgieron por las necesidades de salir adelante, el 37% afirmó que fueron producto de una oportunidad que se les presentó, un 15% tiene un negocio porque considera que tiene vocación para afrontar dichos negocios y apenas un 9% de los encuestados tienen negocios porque sus antepasados han sido fundadores de dichos emprendimientos.

Pregunta 2.

¿Qué tipo de capacitación ha realizado con la finalidad de mejorar su negocio?

Cuadro 4
Encuesta. Tipo de capacitación

	Frecuencia Relativa	Porcentaje
Innovación	117	35,1%
Modelo de Negocios	113	33,9%
Financiera	49	14,7%
Administrativa	45	13,5%
Asesoría Legal	9	2,7%
TOTAL	333	100,0%



Figuras 10 Capacitaciones realizadas

*Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.
Elaborado por: Geomayra Peñafiel y David Urgilez.*

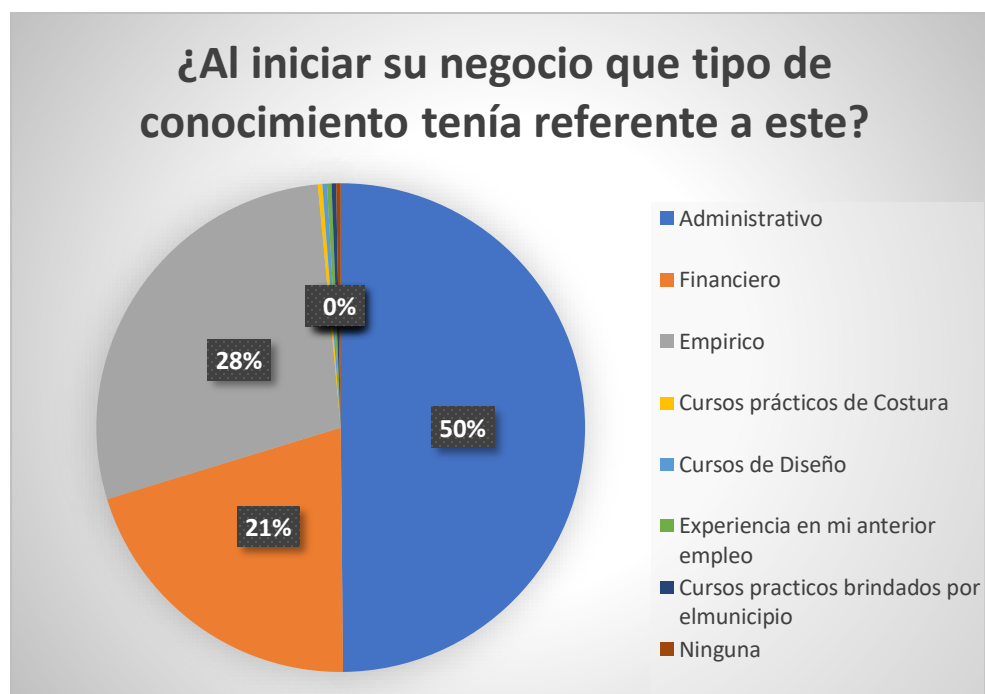
Interpretación: de los encuestados un 35% afirman que han recibido algún tipo de capacitación en innovación para mejorar su negocio, un 34% asevera que sus capacitaciones han sido en el aspecto de modelos de negocios, el 15% recibieron capacitación financiera para sus negocios, un 13% capacitación administrativa y un 3% se han capacitado con asesoría legal.

Pregunta 3.

¿Al iniciar su negocio que tipo de conocimiento tenía referente a este?

Cuadro 5
Encuesta. Tipo de conocimiento

	Frecuencia Relativa	Porcentaje
Administrativo	166	49,8%
Financiero	68	20,4%
Empírico	94	28,2%
Cursos prácticos de Costura	1	0,3%
Cursos de Diseño	1	0,3%
Experiencia en mi anterior empleo	1	0,3%
Cursos prácticos brindados por el municipio	1	0,3%
Ninguna	1	0,3%
TOTAL	333	100,0%



Figuras 11 Conocimientos para emprender

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.
Elaborado por: Geomayra Peñafiel y David Urgilez.

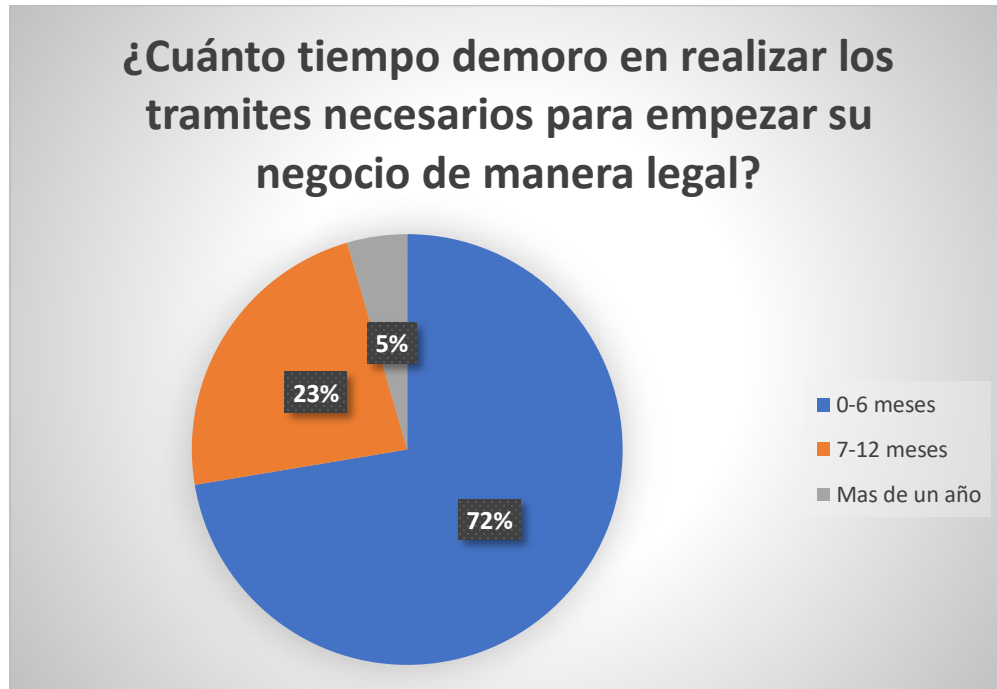
Interpretación: el 50% de los encuestados indicaron que al iniciar su negocio tenían conocimiento administrativo, el 21% conocimiento financiero, un 28% simplemente conocimiento empírico, un 0,3% habían recibido cursos prácticos de costura, al igual que cursos de diseño, experiencia en trabajos anteriores, cursos brindados por la municipalidad al igual que hubo respuestas de que no tenían ningún tipo de conocimiento al afrontar un negocio, todos estos últimos con un 0,3%.

Pregunta 4.

¿Cuánto tiempo demoro en realizar los trámites necesarios para empezar su negocio de manera legal?

Cuadro 6
Encuesta. Tiempo en realizar tramites

	Frecuencia Relativa	Porcentaje
0-6 meses	241	72,4%
7-12 meses	77	23,1%
Más de un año	15	4,5%
TOTAL	333	100,0%



Figuras 12 Tiempo requerido para realizar trámites necesarios

*Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.
Elaborado por: Geomayra Peñafiel y David Urgilez.*

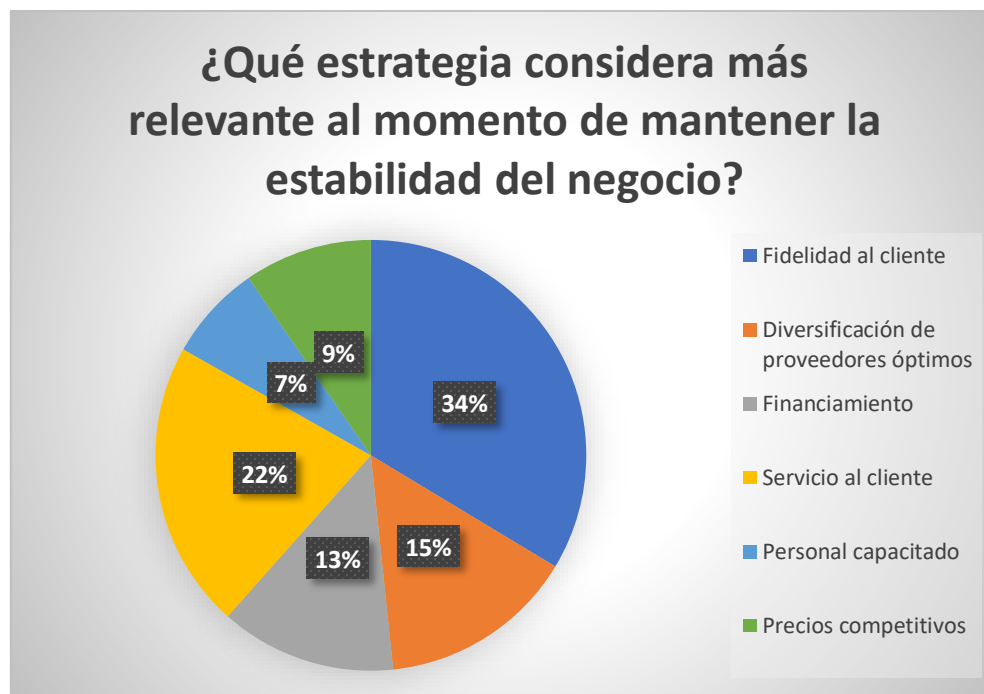
Interpretación: un 72% de los encuestados indicó que no tuvieron muchas complicaciones al momento de realizar sus trámites legales debido a que se demoraron de 0 a 6 meses, un 25% tuvieron un tanto de complicaciones debido que se demoraron de 7 a 12 meses arreglar sus trámites y apenas un 5% habían demorado más de un año tener todos sus papeles en regla.

Pregunta 5.

¿Qué estrategia considera más relevante al momento de mantener la estabilidad del negocio?

Cuadro 7
Encuesta. Estrategias para mantener estabilidad

	Frecuencia Relativa	Porcentaje
Fidelidad al cliente	112	33,6%
Diversificación de proveedores óptimos	49	14,7%
Financiamiento	44	13,2%
Servicio al cliente	72	21,6%
Personal capacitado	24	7,2%
Precios competitivos	32	9,6%
TOTAL	333	100,0%



Figuras 13 Estrategias necesarias a aplicar en el negocio

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.
Elaborado por: Geomayra Peñafiel y David Urgilez.

Interpretación: al preguntar por las estrategias necesarias para aplicar en los negocios un 34% indicó que la más relevante es la fidelidad al cliente, un 15% considera que para tener estabilidad en el negocio es necesario tener diversos proveedores óptimos, un 13% cree que el financiamiento es lo más indispensable para tener estabilidad dentro del negocio, el segundo más votado es el servicio al cliente con un 22% de respaldo, un 7% considera que lo más indispensable es tener al personal capacitado dentro del negocio y un 9% afirma que lo más importante es tener precios competitivos acorde al mercado.

Pregunta 6.

¿Cuál ha sido la situación más crítica por la que ha atravesado su negocio?

Cuadro 8
Encuesta. Situación más crítica del negocio

	Frecuencia Relativa	Porcentaje
Desfinanciamiento	92	27,6%
Poca acogida	124	37,2%
Competencia	115	34,5%
Cierre temporal por problemas personales	1	0,3%
No contar con suficiente presupuesto para iniciar	1	0,3%
TOTAL	333	100,0%



Figuras 14 Situación más crítica del negocio

*Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.
Elaborado por: Geomayra Peñafiel y David Urgilez.*

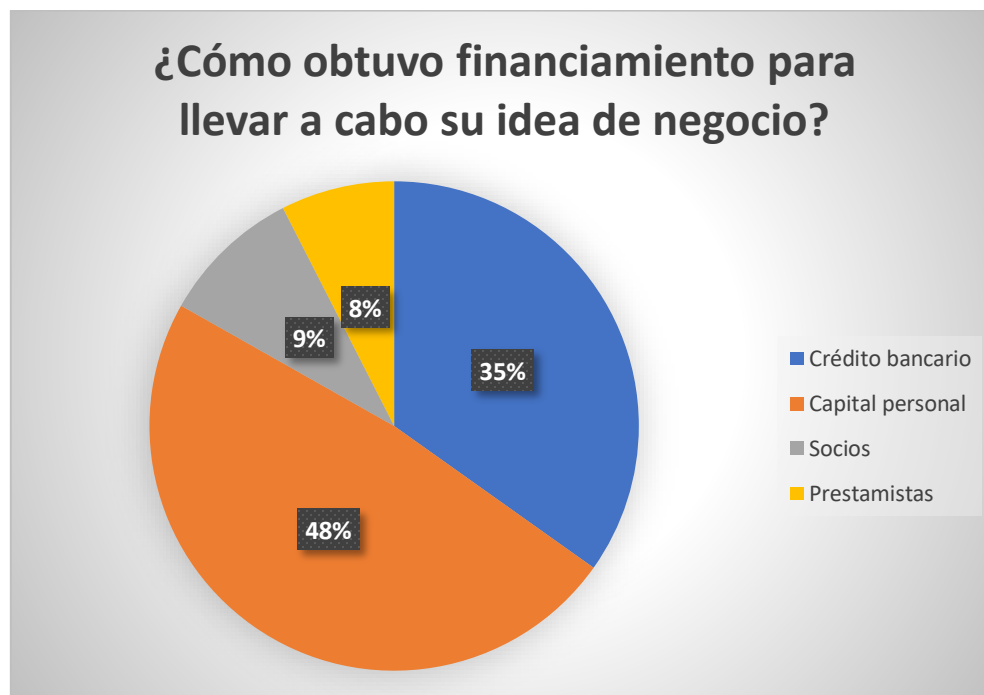
Interpretación: al preguntar sobre las situaciones más críticas que han atravesado los negocios un 28% cuenta que el desfinanciamiento fue motivo crítico, un 37% de los encuestados comentan que han tenido poca acogida, un 35% asegura que la situación más crítica es por motivo de la competencia y un 0,3% por motivos personales al igual que no tener suficiente presupuesto para iniciar su negocio con el mismo porcentaje.

Pregunta 7

¿Cómo obtuvo financiamiento para llevar a cabo su idea de negocio?

Cuadro 9
Encuesta. Financiamiento para el emprendimiento

	Frecuencia Relativa	Porcentaje
Crédito bancario	116	34,8%
Capital personal	161	48,3%
Socios	31	9,3%
Prestamistas	25	7,5%
TOTAL	333	100,0%



Figuras 15 Financiamiento para su idea de negocio

*Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.
 Elaborado por: Geomayra Peñafiel y David Urgilez.*

Interpretación: en cuanto al financiamiento que han tenido los negocios un 35% de ellos han obtenido mediante crédito bancario, un 48% por capital personal, un 9% mediante socios capitalistas a su negocio y un 8% mediante prestamistas.

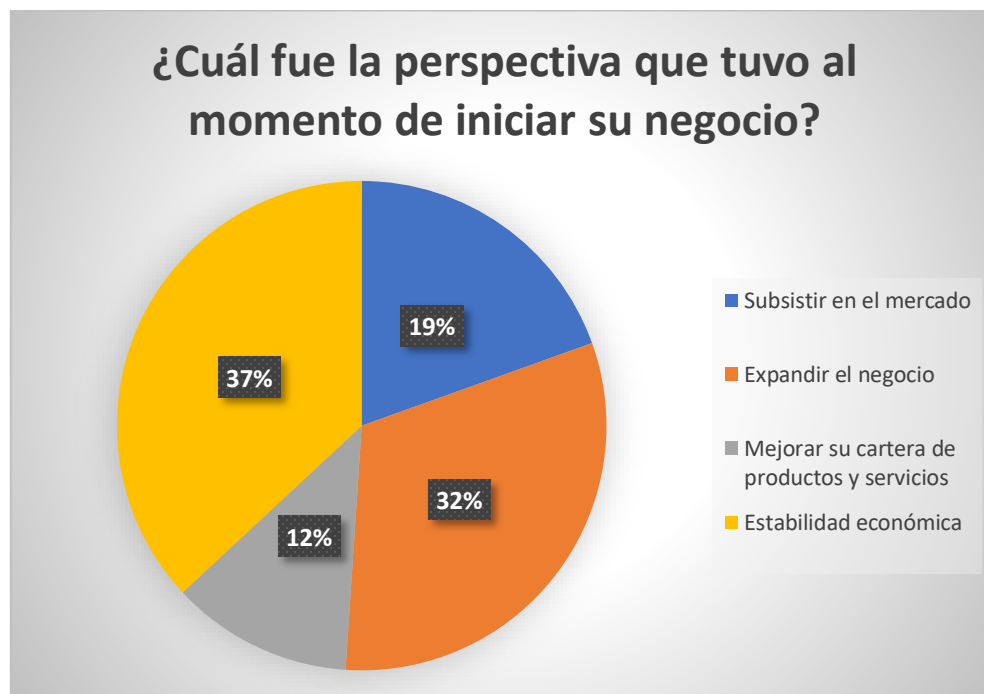
Pregunta 8

¿Cuál fue la perspectiva que tuvo al momento de iniciar su negocio?

Cuadro 10

Encuesta. Perspectiva inicial de su negocio

	Frecuencia Relativa	Porcentaje
Subsistir en el mercado	65	19,5%
Expandir el negocio	105	31,5%
Mejorar su cartera de productos y servicios	40	12,0%
Estabilidad económica	123	36,9%
TOTAL	333	100,0%



Figuras 16 Perspectiva del negocio

*Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.
Elaborado por: Geomayra Peñafiel y David Urgilez.*

Interpretación: al preguntar por las expectativas que tenían los emprendedores al momento de iniciar un 19% simplemente quería subsistir en el mercado, un 32% tenía planeado expandir su negocio, un 12% tenía planes de mejorar su cartera de productos/servicios y un 37% tubo la perspectiva de tener estabilidad económica.

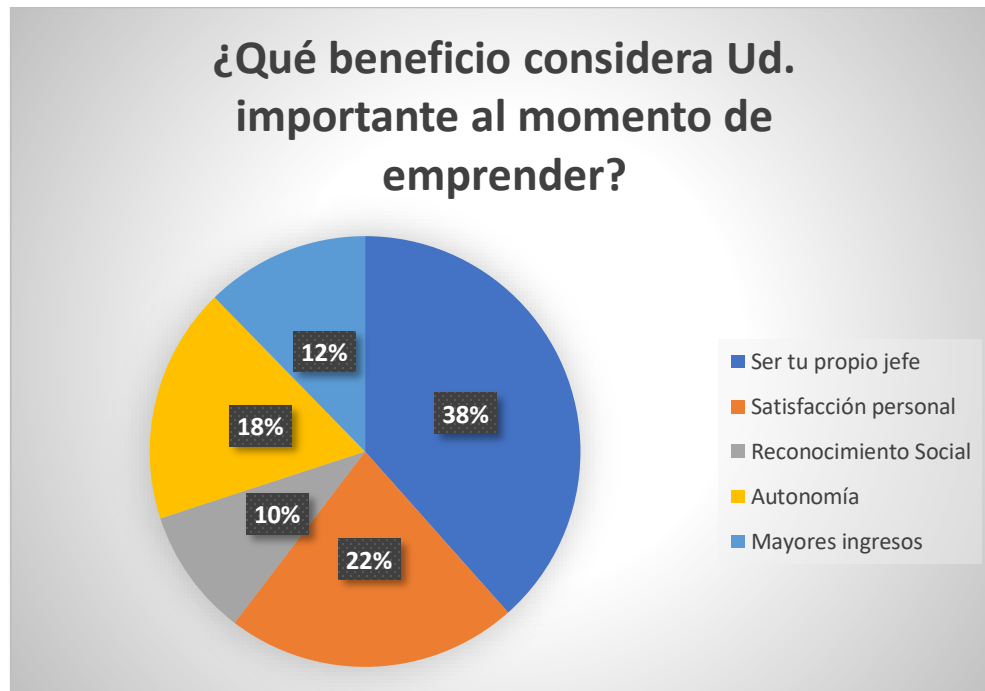
Pregunta 9.

¿Qué beneficio considera Ud. importante al momento de emprender?

Cuadro 11

Encuesta. Beneficio más importante para emprender

	Frecuencia Relativa	Porcentaje
Ser tu propio jefe	128	38,4%
Satisfacción personal	73	21,9%
Reconocimiento Social	32	9,6%
Autonomía	59	17,7%
Mayores ingresos	41	12,3%
TOTAL	333	100,0%



Figuras 17 Beneficio más importante para emprender

*Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.
Elaborado por: Geomayra Peñafiel y David Urgilez.*

Interpretación: al cuestionar a los emprendedores sobre el beneficio más importante que tienen al momento de emprender estos contestaron con un 38% que lo más gratificante es ser su propio jefe, el 22% considera importante la satisfacción personal que logran obtener al momento de emprender, el 10% se sienten bien con el reconocimiento que reciben de la sociedad, el 18% considera muy importante la autonomía que tienen con su propio negocio y un 12% está complacido por los mayores ingresos que recibe de su emprendimiento.

Pregunta 10.

De los siguientes enunciados cual considera Ud. ¿Un miedo u obstáculo al momento de emprender?

Cuadro 12

Encuesta. Miedo u obstáculo para emprender

	Frecuencia Relativa	Porcentaje
Mayor dedicación	113	33,9%
Incertidumbre	81	24,3%
Miedo al fracaso	89	26,7%
Competencia	50	15,0%
TOTAL	333	100,0%



Figuras 18 Miedo u obstáculo al momento de emprender

*Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.
Elaborado por: Geomayra Peñafiel y David Urgilez.*

Interpretación: un 34% de los encuestados considera que un obstáculo al momento de emprender es no poder darle mayor dedicación al negocio, un 24% cree que la incertidumbre es el mayor

miedo que tienen las personas para emprender, un 27% cree que tenerle miedo al fracaso es el mayor obstáculo, y un 15% considera que el miedo a la competencia es el mayor obstáculo.

Análisis comparativo de las encuestas.

Los datos de las encuestas realizadas muestran que los emprendedores previo al inicio de su negocio tenían en su mayoría conocimiento administrativo, pero hay quienes iniciaron su emprendimiento de manera empírica lo cual se considera un alto porcentaje, además los emprendedores muestran que han realizado capacitaciones con la finalidad de poder mejorar su negocio en distintas áreas de conocimiento que se han considerado importante, esto con la finalidad de poder mejorar su rentabilidad y crecimiento en el mercado.

Además, las estrategias implementadas con la finalidad de mantener la estabilidad del negocio se preocupan por mantener satisfecho al cliente ofreciendo un gran servicio de calidad y así poder obtener mayores ingresos y un rápido crecimiento de mercado. Sin embargo, existen emprendimientos que han atravesado por diferentes situaciones críticas previo al inicio de su negocio, situaciones como poca acogida en el mercado, alta competencia y desfinanciamiento, esto debido a que existe emprendimientos implementados de manera empírica lo que hace más incidente que los emprendedores atraviesen por este tipo de situaciones.

Los emprendedores tienen grandes perspectivas como lo es la idea de expandir su negocio, mientras que existen quienes se mantienen en la idea de solo lograr subsistir en el mercado, lo que implica que aquellos emprendedores no han recibido capacitaciones que ayuden u ofrezcan técnicas que ayuden a mejorar las expectativas del negocio.

Entre los beneficios que se consideran importante para emprender es que se puede ser su propio jefe, satisfacción personal, autonomía entre otros beneficios que ofrece el emprendimiento, Sin embargo, también existen desventajas como los son tener que ofrecer mayor dedicación de tiempo a un nuevo negocio lo cual muchas veces resulta difícil para el emprendedor, otras desventajas son la incertidumbre o miedo al fracaso, incluso la competencia que se genera al momento de iniciar un negocio, pues si no se encuentran técnicamente preparado para afrontar estas situaciones puede traer grandes consecuencias.

CAPÍTULO 4

CONCLUSIONES

Se concluye que los elementos o componentes como la capacitación, mejorar la atención al cliente u mejorar su eficiencia. Estos integran un modelo de negocio que muestra resultados positivos a los emprendimientos, pues el implementarlos genera un aumento de rentabilidad gracias a las diferentes estrategias implementadas como capacitaciones, mejorar la atención al cliente y mantenerse en constante actualización en el mercado. Por lo que estos negocios inciden positivamente en la economía.

Los emprendimientos empíricos no tienen claramente cuáles son sus objetivos por lo que las causas o consecuencias de un emprendimiento empírico originan muchas veces que los negocios atraviesen por situaciones difíciles como lo son recibir poca acogida en el mercado al no implementar de manera correcta las estrategias necesarias para lograr surgir en el mercado, otras situaciones que se les dificulta afrontar son la mala administración o no poder afrontar a la competencia lo que muchas veces lleva al cierre del negocio.

Canvas es el modelo que más se ajusta a los emprendimientos de Milagro, pues este se basa en satisfacer las necesidades del cliente ofreciendo un servicio al cliente de calidad y mejorando así las relaciones con el cliente lo que asegura que el negocio pueda generar fuentes de ingreso. Además de establecer canales de distribución que permita ofrecer productos o servicios de manera eficiente y a su vez poder afrontar la competencia existente en el mercado

La aceptabilidad de los modelos de negocios en los emprendimientos genera ventajas para los negocios siempre y cuando se adopte una estrategia determinada en los modelos de negocios, pues,

los emprendedores buscan en sus inicios obtener una estabilidad económica y a futuro poder expandir su negocio con la idea de lograr ser su propio jefe, asumiendo que estos muchas veces requieren de mayor demanda de tiempo y manteniendo la incertidumbre y miedo al fracaso mientras se desarrolla el emprendimiento. Por lo que la aceptabilidad de los modelos de negocios es el camino factible para superar obstáculos e incertidumbre y poder generar mayores beneficios.

RECOMENDACIONES

Se recomienda que estos elementos o componentes como: capacitación, mejor atención al cliente, entre otros que integran un modelo de negocio deben ser socializados e implementado ante la sociedad emprendedora con la finalidad de que estos logren obtener una mayor rentabilidad.

Se recomienda que aquellos emprendimientos empíricos deberían manejarse desde otra perspectiva, estableciendo sus objetivos y que estos logren acoplarse a los modelos de negocios que ayuden mejorando su situación, obteniendo así una mayor aceptación en el mercado, preocupándose por ofrecer un mejor servicio al cliente, mejorar la cadena de distribución lo cual le permita ofrecer un producto o servicio de manera eficiente obteniendo una mejor acogida en el mercado.

En la información recabada en las encuestas se muestra una acogida positiva al modelo Canvas por lo que este modelo de negocio debe seguir implementándose para beneficiar a los emprendedores, ya que este modelo se preocupa por mantener satisfecho al cliente y brindar una atención de calidad, lo que asegura el posicionamiento y crecimiento en el mercado.

Aprovechar la aceptabilidad del modelo de negocio para lograr que los emprendimientos generen mayores resultados, esto creando valor para los clientes y que estos puedan mejorar su situación logrando posicionarse y expandirse en el mercado.

REFERENCIAS

- 50 Minutos. (2017). *El Modelo Canvas; Analice su modelo de negocio de manera eficaz*. España: Gestión y Marketing.
- Aguirre, R. (12 de Mayo de 2019). *Emprender facil*. Obtenido de <https://www.emprender-facil.com/es/panaderia-y-pasteleria/>
- Andrade, P., & Guijarro, O. (28 de Mayo de 2012). *Universidad Internacional del Ecuador*. Obtenido de Universidad Internacional del Ecuador: <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/2053/1/T-UIDE-1183.pdf>
- Benjumea, M. (2014). *Emprendimiento: Aptitud y actitud*. Obtenido de http://cuentayrazon.com/wp-content/uploads/2016/04/maria_benjumea.pdf
- Business Model Canvas Generator. (2019). *Business model canvas generator*. Obtenido de <https://sites.google.com/a/cenidet.edu.mx/canvas/home/canales-de-distribucion>
- Emprendedores. (5 de Diciembre de 2017). *Cómo ganar dinero con negocio de Barber Shop*. Obtenido de Cómo ganar dinero con negocio de Barber Shop: <https://emprendedoresv.pe/como-ganar-dinero-con-negocio-de-barber-shop/>
- Escobar, H. (s.f.). *Universidad Tecnica de Quevedo*. Obtenido de <file:///C:/Users/USER/Downloads/342-1065-1-PB.pdf>
- Flores, H. (Junio de 2013). *Modelo de negocio exitoso*. Obtenido de <file:///C:/Users/USER/Downloads/8024-Texto%20del%20art%C3%ADculo-37541-1-10-20141219.pdf>

Gallardo, E. (2018). Obtenido de Departamento de economía y organización de empresas:

https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=CswjaBfXHlkC&oi=fnd&pg=PT5&dq=administraci%C3%B3n+de+emprendimiento&ots=YjCSJo_vyZ&sig=QVpYTuvWQW1DZ2unFdVJMDQQIGM#v=onepage&q=administraci%C3%B3n%20de%20emprendimiento&f=false

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Milagro. (17 de Mayo de 2013). *Alcaldía de Milagro*. Obtenido de <https://www.milagro.gob.ec/2013/05/municipalidad-impulsa-el-emprendimiento-en-milagro/>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Milagro. (19 de Febrero de 2016). *Alcaldía de Milagro*. Obtenido de <https://www.milagro.gob.ec/2016/02/exitoso-desarrollo-de-primera-feria-de-emprendimientos/>

González, N. (25 de Enero de 2018). *Magentaing*. Obtenido de Magentaing:

<https://magentaig.com/elementos-claves-de-exito-en-la-industria-de-comida-rapida/>

INEC. (7 de Julio de 2011). *INEC*. Obtenido de

http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/CENEC/Presentaciones_por_ciudades/Presentacion_Milagro.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de

http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/CENEC/Presentaciones_por_ciudades/Presentacion_Milagro.pdf

Izurieta, N. P. (Febrero de 2015). El Ecuador y el proceso de cambio de la matriz productiva: consideraciones para el desarrollo y equilibrio de la balanza comercial. *Eumednet*, 1.

Obtenido de <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2015/matriz-productiva.html>

Longenecker, J., Jasso, W., & Palich, L. (2012). *Administración de pequeñas empresas*. México:

Cengage Learning. Obtenido de

https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=CswjaBfXHlkC&oi=fnd&pg=PT5&dq=administraci%C3%B3n+de+emprendimiento&ots=YjCSJo_vyZ&sig=QVpYTuvWQW1DZ2unFdVJMDQQIGM#v=onepage&q=administraci%C3%B3n%20de%20emprendimiento&f=false

López Villar, L., & Burgos Castelo, R. (Agosto de 2016). Los Emprendimientos desde la

perspectiva histórica, económica y social, en el escenario mundial y del Ecuador. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales.*, 8. Obtenido de

<http://www.eumed.net/rev/caribe/2016/08/emprendimientos.html>

Martín, A. (28 de Julio de 2018). *Marting Click*. Obtenido de <https://martin.click/marketing-online/canvas-segmentos-de-clientes/>

Martins, N. (3 de Septiembre de 2018). *Oberlo*. Obtenido de

<https://www.oberlo.es/blog/definicion-y-significado-emprendimiento>

Mazzoli, S. (22 de Febrero de 2019). *Emprendedores*. Obtenido de Emprendedores:

<https://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/g57062/plan-de-negocio-agencia-de-organizacion-de-eventos/>

Megias, J. (02 de Mayo de 2012). *Javier Megias.com*. Obtenido de <https://javiermegias.com/blog/2012/05/como-funcionan-los-modelos-de-negocio-freemium-las-10-claves-imprescindibles/>

Modelo Canvas . (Modelo Canvas de 2019). *Propuesta de valor canvas: Como elaborar tu propuesta y Características*. Obtenido de <https://modelocanvas.info/propuesta-de-valor/>

Molina, D., & Onofa, A. (13 de Febrero de 2017). *Universidad Central del Ecuador*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/10822/1/T-UCE-0005-090-2017.pdf>

Roberto, H. S., Carlos, F. C., & Pilar, B. L. (2014). *Metodología de la Investigación* (6 ed.). México: Mc Graw Hill Education.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). *Secretaría Técnica Planifica Ecuador*. Obtenido de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf

Sistema Nacional de Información. (2010). *Cantón MILAGRO, Provincia de GUAYAS se encuentra en la Zona 5 de planificación*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0910_MILAGRO_GUAYAS.pdf

Tagle, V. (5 de Mayo de 2019). Cervezas y licores atraen a emprendedores. *Cervezas y licores atraen a emprendedores algunos nacen de la necesidad, otros de ver la oportunidad a tiempo. Pero un 32 % de quienes tienen ideas de negocios se frenan por temor al fracaso.*, pág. 2. Obtenido de <https://www.expreso.ec/actualidad/emprendimiento-negocios-cervezas-licores-YN2807652>

Vallejo, J. (2015). *Universidad Internacional del Ecuador*. Obtenido de Universidad Internacional del Ecuador: <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/974/1/T-UIDE-0830.pdf>

Villalva, S., & Fernando, L. (12 de Abril de 2012). *Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de [http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1907/1/533 ING.pdf](http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1907/1/533%20ING.pdf)

Virginia, L., Xavier, O., Guido, C., Andrea, S., & Edgar, I. (2017). Global Entrepreneurship Monitor 2017. *GEM Ecuador*, 10.

Vistazo. (2018). 500 MAYORES EMPRESAS DEL ECUADOR. Obtenido de <https://www.vistazo.com/seccion/proyectos-especiales/500empresas>

Zagal Muñoz, D. A. (2018). *Repositorio UIDE*. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/2605>

ANEXOS

Anexo 1: Propuesta del trabajo de investigación aprobada

Revisión

INFORME DE ORIGINALIDAD

5%

INDICE DE SIMILITUD

5%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

< 1%

★ willskarojois2bmkt.blogspot.com

Fuente de Internet

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 50 words

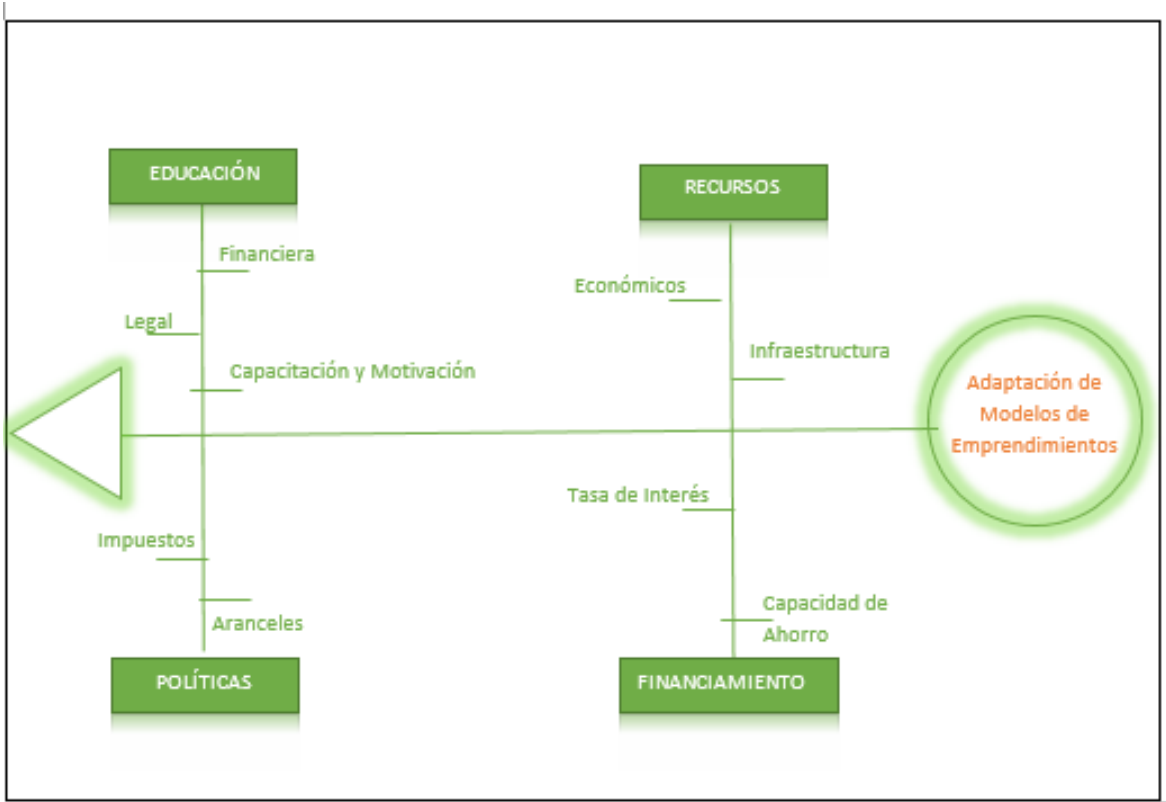
Excluir bibliografía

Activo

DOCUMENTOS DE TRABAJO DE TITULACIÓN

No	Porcentaje Plagio	Observaciones	Estado	Revisión
1	5.0	APROBADO	ACEPTADO	▼

Anexo 2: Diagrama de Ishikawa



Anexo 3: Operacionalización de las Variables

N°	HIPÓTESIS	VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE	INDICADORES	ACCIONES
1	Los componentes o elementos que integran un modelo de negocio influyen positivamente en la rentabilidad de la misma.	Los componentes o elementos sobre los modelos de negocio	Rentabilidad	VI: Analizar Dominio y manejo del negocio	Encuesta, Análisis de las encuestas.
				VD: Financiamiento	Encuesta, Análisis de las encuestas.
2	Los emprendimientos empíricos desarrollados en la Ciudad de Milagro generan poco crecimiento empresarial.	Los emprendimientos empíricos	Crecimiento empresarial	VI: Índice de Capacitaciones	Encuesta, Análisis de las encuestas.
				VD: Medidores de desempeño, análisis de los estados de resultado	Encuesta, Análisis de las encuestas.
3	Los diferentes modelos de emprendimientos contribuyen en la mejora de la estabilidad económica local y a nivel nacional.	Conocimiento de los diferentes modelos de emprendimientos	Estabilidad económica local y nacional	VI: Conocer los tipos de emprendimientos	Encuesta, Análisis de las encuestas.
				VD: evaluar el impacto económico que generan los emprendimientos	Encuesta, Análisis de las encuestas.
4	Modelos de emprendimientos tienen aceptación en el mercado Milagreño.	Estrategias que aplican los nuevos emprendimientos en el mercado	Aceptación en el mercado	VI: análisis del comportamiento emprendimientos	Encuesta, Análisis de las encuestas.
				VD: evaluar el nivel de ventas	Encuesta, Análisis de las encuestas.

Anexo 4: Encuesta a emprendedores



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

ENCUESTA

Objetivo: La presente encuesta está dirigida a los emprendedores de la ciudad de Milagro, realizada con la finalidad de recoger información referente a los modelos de emprendimientos ya establecidos y aquellos que se encuentran por iniciar dentro del mercado.

Tipo de Negocio:

Producto	<input type="checkbox"/>
Servicio	<input type="checkbox"/>
Mixto	<input type="checkbox"/>

Sexo:

Masculino	<input type="checkbox"/>
Femenino	<input type="checkbox"/>

1.- ¿Bajo qué circunstancia surgió su negocio?

<input type="checkbox"/> Necesidad	<input type="checkbox"/> Oportunidad	<input type="checkbox"/> Vocación	<input type="checkbox"/> Sucesión
------------------------------------	--------------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------

2.- ¿Qué tipo de capacitación ha realizado con la finalidad de mejorar su negocio?

<input type="checkbox"/> Innovación	<input type="checkbox"/> Modelo de negocios	<input type="checkbox"/> Financiera
<input type="checkbox"/> Administrativa	<input type="checkbox"/> Asesoría Legal	

3.- ¿Al iniciar su negocio que tipo de conocimiento tenía referente a este?

<input type="checkbox"/> Administrativo	<input type="checkbox"/> Financiero	<input type="checkbox"/> Empírico	<input type="checkbox"/> Otros _____
---	-------------------------------------	-----------------------------------	--------------------------------------

4.- **¿Cuánto tiempo demoro en realizar los trámites necesarios para empezar su negocio de manera legal?**

0-6 meses 7-12 meses 1 año o más

5.- **¿Qué estrategia considera más relevante al momento de mantener la estabilidad del negocio?**

Fidelidad del Cliente Diversificación de Proveedores Óptimos Financiamiento
 Servicio al cliente Personal capacitado Precios competitivos

6.- **¿Cuál ha sido la situación más crítica por la que ha atravesado su negocio?**

Desfinanciamiento Poca acogida Competencia Otro_____

7.- **¿Cómo obtuvo financiamiento para llevar a cabo su idea de negocio?**

Crédito bancario Capital Personal Socios Prestamistas

8.- **¿Cuál fue la perspectiva que tuvo al momento de iniciar su negocio?**

Subsistir en el mercado Expandir el Negocio Mejorar su cartera de productos y servicios
 Estabilidad económica.

9.- **¿Qué beneficio considera Ud. importante al momento de emprender?**

Ser tu Propio jefe Satisfacción personal Reconocimiento social
 Autonomía Mayores ingresos

10.- **De los siguientes enunciados cual considera Ud. ¿Un miedo u obstáculo al momento de emprender?**

Mayor dedicación Incertidumbre Miedo al fracaso
 Competencia

Anexo 5: foto de acompañamiento

