



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

*La Universidad Católica de Loja*

**ÁREA ADMINISTRATIVA**

**TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Análisis de la actividad emprendedora en la isla Santa Cruz del  
archipiélago de Galápagos, periodo 2015-2018**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**AUTORA: Hotaki Paneque, Faride**

**DIRECTOR: Sarango Lalangui, Paul Oswaldo, Mgs**

**CENTRO UNIVERSITARIO SANTA CRUZ, GALÁPAGOS**

**2018**



*Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>*

*Septiembre, 2018*

## APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Mgs.

Paul Oswaldo Sarango Lalangui

**DOCENTE DE LA TITULACIÓN**

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación: Análisis de la actividad emprendedora en la isla Santa Cruz del archipiélago de Galápagos, periodo 2015-2018, realizado por Hotaki Paneque, Faride, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, febrero del 2018



f) .....

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo Hotaki Paneque, Faride, declaro ser autora del presente trabajo de titulación: Análisis de la actividad emprendedora en la isla Santa Cruz del archipiélago de Galápagos, periodo 2015-2018, de la Titulación de Ingeniería en Administración de Empresas, siendo Sarango Lalangui, Paul Oswaldo director del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”



f) .....

Autor: Hotaki Paneque, Faride

Cédula 1755669635

## **DEDICATORIA**

De todo corazón dedico este proyecto a las personas que amo, por acompañarme en esta travesía hacia el cumplimiento de mis sueños. A mi familia, en especial a mi madre, por ser mi guía y luz en todo el camino, por su apoyo y confianza depositada en mí. A mi abuela por darme fuerzas, por sus sabios consejos y su paciencia. A mi esposo por dedicarme tiempo y compartir conmigo cada paso hacia la meta.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la vida por permitirme continuar el curso de mis sueños, a mi familia por brindarme fortaleza, a mi director de tesis por su valioso aporte, a los emprendedores que compartieron sus experiencias, a los profesionales que participaron en el desarrollo de la investigación y en general a todas las personas que de una forma u otra me apoyaron y confiaron en mí. Gracias a todos, estaré infinitamente agradecida.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA.....	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN .....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	x
RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	5
1.1    Antecedentes de la investigación.....	6
1.1.1    La actividad económica de Galápagos.....	6
1.1.2    La actividad económica en Santa Cruz.....	7
1.1.3    Necesidades no cubiertas por la oferta actual.....	12
1.2    Teorías Generales .....	14
1.2.1    El emprendimiento según Global Entrepreneurship Monitor.....	14
1.2.2    Global Entrepreneurship Monitor Ecuador.....	15
1.2.3    Organismos que promueven el emprendimiento.....	21
1.3    Teorías Sustantivas .....	23
1.3.1    El emprendimiento. Concepto, principios e importancia.....	23
1.3.2    El clima emprendedor.....	26
1.3.3    Ciclo de vida del emprendimiento en Ecuador.....	28
1.3.4    Desarrollo sostenible, conceptualización y dimensiones.....	29
1.3.5    Políticas de desarrollo local y ámbitos de actuación.....	30
1.3.6    El emprendimiento y su relación con el desarrollo económico local.....	33
1.4    Marco legal.....	34

1.5	Marco conceptual.....	38
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....		41
2.1	Métodos de investigación .....	42
2.2	Población y muestra .....	43
2.3	Técnicas e instrumentos para la recolección de información .....	44
CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....		48
3.1	Resultados de la entrevista .....	49
3.2	Resultados de la encuesta .....	52
3.3	Contrastación empírica de la hipótesis planteada .....	77
CAPÍTULO IV: LA PROPUESTA .....		83
4.1	Título de la propuesta .....	84
4.2	Justificación del proyecto.....	84
4.3	Línea base del proyecto .....	84
4.4	Identificación y caracterización de la población objetivo (beneficiarios) .....	84
4.5	Objetivos del proyecto .....	85
4.5.1	Objetivo de desarrollo.....	85
4.5.2	Objetivo general. ....	85
4.5.3	Objetivos específicos.....	85
4.6	Alcance del proyecto .....	86
4.6.1	Universo de trabajo. ....	86
4.6.2	Tiempo y calendario de las actividades.....	87
4.7	Matriz de marco lógico.....	87
4.8	Análisis integral.....	88
4.8.1	Viabilidad técnica.....	88
4.8.2	Viabilidad financiera y/o económica.....	94
4.9	Análisis de sostenibilidad.....	97
4.9.1	Análisis de impacto ambiental y de riesgos.....	97
4.9.2	Sostenibilidad social.....	97
4.10	Estrategia de ejecución.....	97

4.10.1	Presupuesto (Inversión total del proyecto) .....	97
4.10.2	Desglose del presupuesto por rubro .....	99
4.11	Estructura operativa .....	100
4.12	Arreglos institucionales y modalidad de ejecución .....	101
4.13	Cronograma valorado por componentes y actividades .....	102
4.14	Estrategia de seguimiento y evaluación .....	103
4.14.1	Matriz de medios de verificación .....	103
4.15	Evaluación de resultados e impactos .....	103
4.16	Actualización de línea base .....	104
CONCLUSIONES .....		106
RECOMENDACIONES .....		107
ANEXOS .....		108
BIBLIOGRAFÍA .....		128

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Datos de creación, disolución e inversión en los emprendimientos en la isla Santa Cruz durante el período 2015-2017 .....	8
Tabla 2. Indicadores GEM 2016 para Ecuador, y Economías de Eficiencia .....	16
Tabla 3. Programas que promueven el emprendimiento en Ecuador .....	22
Tabla 4. Tipos de emprendimientos .....	25
Tabla 5. Tipos de metodología .....	42
Tabla 6. Población a considerar en el estudio .....	43
Tabla 7. Cálculo del tamaño de la muestra .....	44
Tabla 8. Técnicas e instrumentos para la recolección de la información .....	46
Tabla 9. Beneficiarios directos del programa .....	85
Tabla 10. Matriz de planificación del marco lógico .....	87
Tabla 11. Especificaciones técnicas del Componente 1 .....	90
Tabla 12. Especificaciones técnicas del Componente 2 .....	92
Tabla 13. Especificaciones técnicas del Componente 3 .....	94
Tabla 14. Flujo operativo del proyecto .....	95
Tabla 15. Evaluación de la viabilidad económica del proyecto .....	96

Tabla 16. Presupuesto del proyecto .....	98
Tabla 17. Desglose del presupuesto por rubro.....	99
Tabla 18. Cronograma de actividades .....	102
Tabla 19. Matriz de medios de verificación .....	103
Tabla 20. Edad de los emprendedores entrevistados .....	117
Tabla 21. Género de los emprendedores entrevistados .....	117
Tabla 22. Nivel de escolaridad de los emprendedores entrevistados.....	118
Tabla 23. Periodo de actividad de los emprendimientos activos .....	118
Tabla 24. Motivación inicial del negocio .....	119
Tabla 25. Clasificación del negocio según la actividad económica .....	119
Tabla 26. Clasificación de los emprendimientos según su asociatividad .....	120
Tabla 27. Emprendedores capacitados .....	120
Tabla 28. Instituciones capacitadoras.....	120
Tabla 29. Interés de los emprendedores en recibir capacitación.....	121
Tabla 30. Temas de interés para capacitación.....	121
Tabla 31. Fuentes de financiamiento .....	121
Tabla 32. Capital inicial para apertura de negocio local.....	122
Tabla 33. Factores negativos que influyeron en la apertura del negocio .....	122
Tabla 34. Emprendimientos previos al actual.....	123
Tabla 35. Motivos de cierre de negocios .....	123
Tabla 36. Inmueble donde opera el negocio .....	123
Tabla 37. Cantidad de días laborables .....	124
Tabla 38. Número de empleados del negocio .....	124
Tabla 39. Modalidad de abastecimiento .....	125
Tabla 40. Frecuencia de abastecimiento .....	125
Tabla 41. Obtención de crédito de proveedores.....	126
Tabla 42. Prioridades en el negocio.....	126
Tabla 43. Procesos de mejora aplicados.....	126
Tabla 44. Expectativas del crecimiento futuro del negocio .....	127

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Características de los emprendedores.....	19
Figura 2. Edad de los emprendedores entrevistados.....	52
Figura 3. Género de los emprendedores entrevistados.....	53
Figura 4. Nivel de escolaridad de los emprendedores entrevistados.....	54
Figura 5. Periodo de actividad de los emprendimientos.....	55
Figura 6. Motivación inicial del negocio.....	56
Figura 7. Clasificación del negocio según la actividad económica.....	57
Figura 8. Clasificación de los emprendimientos según su asociatividad.....	58
Figura 9. Emprendedores capacitados.....	59
Figura 10. Instituciones capacitadoras.....	60
Figura 11. Interés de los emprendedores en recibir capacitación.....	61
Figura 12. Temas de interés para capacitación.....	62
Figura 13. Fuentes de financiamiento.....	63
Figura 14. Capital inicial para apertura de negocio local.....	64
Figura 15. Factores negativos que influyeron en la apertura del negocio.....	65
Figura 16. Emprendimientos previos al actual.....	66
Figura 17. Motivos de cierre de negocios.....	67
Figura 18. Inmueble donde opera el negocio.....	68
Figura 19. Cantidad de días laborables.....	69
Figura 20. Número de empleados del negocio.....	70
Figura 21. Modalidad de abastecimiento.....	71
Figura 22. Frecuencia de abastecimiento.....	72
Figura 23. Obtención de crédito de proveedores.....	73
Figura 24. Prioridades en el negocio.....	74
Figura 25. Procesos de mejora aplicados.....	75
Figura 26. Expectativas del crecimiento futuro del negocio.....	76
Figura 27. Estructura analítica del programa.....	86

## RESUMEN

La presente investigación se basa en la iniciativa empresarial de los sectores comercial, turístico, artesanal, agropecuario y pesca en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos y busca analizar los factores que influyen en la actividad emprendedora en el periodo 2015-2018 e identificar si estos favorecen o limitan la iniciativa empresarial local. Mediante un estudio descriptivo y utilizando técnicas primarias como: la entrevista a personalidades de instituciones del territorio; la encuesta a los emprendedores de negocios; y técnicas secundarias como: la revisión documental; se pretende validar la hipótesis empírica siguiente: Si se identifican los factores críticos que influyen directamente en la iniciativa empresarial, entonces se podrá lograr un desarrollo económico sostenible. La investigación aporta a la situación local una perspectiva diferente sobre las grandes oportunidades y áreas de fortalecimiento económico disponibles y propone un proyecto de promoción de capacidades endógenas para emprendimientos como alternativa para la creación de un espacio en el que puedan emerger ideas conjuntas de emprendedores y el Estado; para de este modo responder favorablemente a los cambios de necesidades de una población limitada social y económicamente.

**Palabras claves:** emprendimientos, crecimiento económico, productividad, sostenibilidad.

## ABSTRACT

This research is based on the business initiative of the commercial, tourism, artisanal, agricultural and fishing sectors in Santa Cruz Island, province of Galápagos and seeks to analyze the factors that influence of entrepreneurial activity in the period 2015-2018 and identify if they favor or limit local entrepreneurship. Through a descriptive study and using primary techniques such as interviewing personalities from institutions of the territory and the survey of business entrepreneurs; and secondary techniques such as documentary review, are intended to validate the following empirical hypothesis: If the critical factors that directly influence entrepreneurship are identified, then development can be achieved sustainable economic. The research undoubtedly brings to the local situation a different perspective on the great opportunities and areas of economic strengthening available and proposes a project to promote endogenous capacities for entrepreneurship as an alternative for the creation of a space in which joint ideas of entrepreneurs can emerge and the State and responding favorably to the changing needs of a socially and economically limited population.

**Key words:** entrepreneurship, economic growth, productivity, sustainability

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como principal propósito, analizar la actividad emprendedora en la isla Santa Cruz, en los principales sectores económicos que constituyen el eje central para consolidar un Galápagos sostenible: el sector comercial, turístico, artesanal, agropecuario y de pesca.

Es importante reconocer que el emprendimiento está directamente relacionado con el desarrollo de las poblaciones, es un factor que actúa directamente sobre el crecimiento, la productividad y sostenibilidad, volviéndose un importante ente impulsor de la actividad económica y portador de oportunidades.

El proyecto está enfocado en la problemática relacionándose con un crecimiento económico desequilibrado. La situación actual de la iniciativa empresarial local es inestable, evidenciando falta de equilibrio entre los sectores productivos. Según registros del Catastro de Patentes del Municipio Santa Cruz (2017), se contabiliza en la isla, un total de 2716 emprendimientos, de conformación generalmente familiar, unipersonal e informal, como consecuencia, un bajo porcentaje de negocios alcanzan etapas maduras en su ciclo de vida, viéndose obligados a cerrar el establecimiento y limitando su aporte positivo a la estabilidad local, provocando condiciones de baja competitividad y crecimiento.

Como factores causantes de la situación actual que influyen y apuntalan un desarrollo deficiente de oportunidades hacia la iniciativa empresarial local, intervienen el corto ciclo de vida de las empresas y su insostenibilidad en el tiempo, la baja calidad del producto, baja diversificación, alta dependencia del turismo, carencia de innovación, baja generación de valores agregados, restricciones de tipo legal, débil infraestructura, falta de competencias del capital humano en la isla, entre otros factores.

Las repercusiones de la creación de empresas no sostenibles trascienden lo económico, para convertirse en una problemática social y cultural. Este tipo de actividad empresarial inestable refleja un perfil emprendedor con ciertos arraigos y comportamientos que se relacionan con la cultura, el ámbito geográfico, su grado de pertenencia y una relación histórica con la sociedad en que viven y se desarrollan.

El interés que acompaña la investigación se precisa en la importancia del tema “emprendimiento”, pues posee una amplia cobertura en el sector económico y civil del país. Propicia un ambiente económico más sólido, con mercados más estables, ayuda a diversificar la actividad económica, favorece el desarrollo de investigaciones, genera nuevas fuentes de empleo, así como mayor competitividad y creación de valores agregados, entre otras ventajas.

La investigación, sin duda, aporta a la situación local una perspectiva diferente sobre las grandes oportunidades y áreas de fortalecimiento económico disponible.

El tipo de estudio de la investigación es de carácter descriptivo, los métodos utilizados son el deductivo-inductivo y el análisis-síntesis. Las técnicas de recolección se basan en la revisión documental, principalmente a través de las entidades gubernamentales competentes, la entrevista a personalidades de instituciones públicas, organizaciones y asociaciones del territorio y la encuesta a los nuevos emprendedores de negocios como principal herramienta para conocer su perfil, motivaciones y percepciones acerca de la actividad empresarial en la isla. La información procesada y analizada constituye una base para diagnósticos, recomendaciones o futuras investigaciones.

El estudio está dirigido a emprendimientos menores de 3 años, y en general su objetivo es analizar los factores que influyen directamente en la iniciativa empresarial en la isla Santa Cruz del archipiélago de Galápagos en el periodo 2015-2018, para lograr un desarrollo económico sostenible. Para ello se plantearon los siguientes objetivos específicos: investigar los factores que fomentan o dificultan la actividad emprendedora en la isla Santa Cruz; analizar si la actividad emprendedora influye en el crecimiento económico local, y; proponer un proyecto de promoción de capacidades endógenas para emprendimientos que permita la implementación de intervenciones efectivas. Con ello se pretende validar la hipótesis empírica siguiente: Si se identifican los factores críticos que influyen directamente en la iniciativa empresarial en la isla Santa Cruz en el periodo 2015-2018, entonces se podrá lograr un desarrollo económico sostenible.

En el capítulo uno se construye el marco teórico, argumento mediante la interpretación del objeto de estudio que permite explicar la situación problemática bajo los términos de la teoría. Así mismo se abordan las teorías existentes acerca del emprendimiento y el crecimiento económico. En el capítulo dos se esbozan los pasos que debe cumplir la investigación, es decir, el diseño de la misma. En el capítulo tres se presentan los resultados de los instrumentos de campo aplicados y, por último, en el capítulo cuatro se describe la propuesta con la que se espera dar solución al problema investigado, un Proyecto de promoción de capacidades endógenas para emprendimientos asegurando el desarrollo de estos en la localidad.

## **CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

## **1.1 Antecedentes de la investigación**

### **1.1.1 La actividad económica de Galápagos.**

La actividad económica en Galápagos en las últimas décadas ha experimentado un continuo crecimiento, apuntando a sectores más productivos y competitivos. Su gran atractivo natural y su posición privilegiada geográficamente, han permitido aumentar las expectativas locales sobre su ventaja competitiva y aprovechando su perfil de crecimiento, ha logrado alcanzar posicionamiento en el mercado turístico (Consejo de Gobierno del Régimen Especial Galápagos, 2016).

En los últimos años se ha ampliado la actividad económica local, la diversificación de productos y servicios, el incremento de inversión, desarrollo de infraestructura, entre otros factores han propiciado una mayor estabilidad económica a través del tiempo.

Recientes políticas del gobierno tratan de impulsar el desarrollo integral de los emprendimientos productivos, individuales o asociativos, entre otros. Sin embargo, existen algunos desafíos propios de la naturaleza emprendedora que se necesitan atender para que los objetivos de estas empresas, de las personas y del gobierno, se puedan cumplir.

Aunque ha experimentado un progreso significativo, sosteniendo un crecimiento de la oferta y la demanda, el mercado local no ha alcanzado un desarrollo sostenible y equilibrado en respuesta a la dinámica económica vigente. Los negocios comerciales por lo general son empresas pequeñas, minoristas y unipersonales. La dinámica del mercado local mantiene un comportamiento que fluctúa en dependencia del turismo, el arribo de embarcaciones cargueras a puerto y las planificaciones comerciales de los vendedores locales (Consejo de Gobierno del Régimen Especial Galápagos, 2016).

El Plan Galápagos (2016) expone que las actividades económicas productivas en Galápagos se desarrollan principalmente en los sectores comercial, artesanal, agropecuario, turístico y de pesca, desempeñando roles vitales en la economía de estas áreas. El turismo constituye la actividad principal en las islas, con gran dinamismo y participación local. También se desarrollan actividades de ciencia e investigación haciendo uso de los valores científicos y culturales de las islas.

Si bien existe investigación básica y aplicada, desarrollada localmente, como el trabajo realizado por el Observatorio de Turismo de Galápagos, que genera información actualizada sobre la dinámica de la actividad turística, no se presenta un enfoque específico de investigación y análisis de la iniciativa empresarial local de otros sectores económicos. La ausencia del monitoreo de estos indicadores ha provocado un gran desconocimiento del grado

en que este suceso afecta la economía local, e ineficiencia en dar respuesta de manera oportuna a las necesidades del sector productivo.

El Plan Galápagos (2016) en su análisis del componente económico productivo, refiere que la mano de obra para llevar a cabo la actividad económica está sujeta al talento local disponible y a las contrataciones de capital humano en la parte continental de Ecuador, factor que provoca situaciones de inestabilidad respecto al proceso de reclutamiento de personal cualificado y competente.

La dinámica que han experimentado las actividades económicas en las islas a través del tiempo refleja un modelo de desarrollo en crecimiento, aunque no se puede definir como eficiente.

### **1.1.2 La actividad económica en Santa Cruz.**

La isla Santa Cruz, es considerada la capital económica y el principal polo de desarrollo del archipiélago, presenta la mayor densidad poblacional y el más grande circuito de negocios. En los últimos años, el crecimiento del atractivo natural de la isla ha desatado un alto flujo de turismo y nuevos habitantes, acelerando la dinámica de su economía (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Cruz, 2015).

El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Santa Cruz (PDOT, 2015), funciona como una importante herramienta que articula estrategias enfocadas al desarrollo local, sobre la distribución del territorio de la isla, publica:

El cantón Santa Cruz tiene actualmente 1811,9 km<sup>2</sup>, y está conformado actualmente por las Islas Santa Cruz (986 km<sup>2</sup>), Santiago o San Salvador (585 km<sup>2</sup>), Marchena (130 km<sup>2</sup>), Pinta (59 km<sup>2</sup>), Baltra (27 km<sup>2</sup>), Pinzón (18 km<sup>2</sup>), Rábida (4,9 km<sup>2</sup>), y, Seymour Norte (2 km<sup>2</sup>) (pág. 30).

El mencionado cantón, ante la mayor masa poblacional respecto a otras islas del archipiélago, se enfrenta a limitantes propios del territorio insular. Se presentan problemas de falta de equilibrio entre los sectores productores y comerciales, bajo protagonismo del producto local y una alta dependencia de productos, bienes y servicios del continente ecuatoriano.

Respecto a esto, el PDOT (2015) divulga en su análisis económico, que en la isla se desarrolla un modelo económico tradicional con base en el turismo que dinamiza al resto de las actividades y genera innumerables plazas de empleos, pero que también exterioriza algunas desventajas relacionadas con el medio ambiente y la alta dependencia que presenta la economía del sector turístico. Cabe destacar como otro perjuicio que la mayoría de los

beneficios que se obtienen del turismo se dirigen hacia el continente, limitando que la riqueza turística local favorezca mayoritariamente a la población de la isla.

De acuerdo al Catastro de Patentes del Municipio de Santa Cruz (2017), se reportan en la isla 2716 negocios declarados, esta población empresarial según la forma de constitución está integrada por un 88% de personas naturales y el 12% restante tiene personalidad jurídica. Respecto al tipo de sector en los que fueron establecidos los negocios, el 82% de los mismos se encuentran en zonas urbanas y solo el 18% en zonas rurales.

Tabla 1. Datos de creación, disolución e inversión en los emprendimientos en la isla Santa Cruz durante el período 2015-2017

<b>Sector</b>	<b>Registrados</b>		<b>Activos</b>		<b>Cerrados</b>		<b>Representatividad de negocios cerrados</b>	<b>Valor medio de días entre apertura y cierre</b>
<b>Comercial</b>	611	75%	535	73%	76	90%	9,3%	393
<b>Turístico</b>	100	12%	95	13%	5	6%	0,6%	562
<b>Artesanal</b>	70	9%	69	9%	1	1%	0,1%	467
<b>Agricultura</b>	19	2%	18	2%	1	1%	0,1%	382
<b>Pesca</b>	17	2%	16	2%	1	1%	0,1%	355
<b>Total</b>	<b>817</b>	<b>100%</b>	<b>733</b>	<b>100%</b>	<b>84</b>	<b>100%</b>	<b>10,2%</b>	
<b>Valor medio de las medias obtenidas por actividad</b>								<b>432</b>

Fuente: (Catastro de Patentes del Municipio Santa Cruz, 2017)

Elaboración Faride Hotaki

La anterior tabla refleja que el área comercial es la actividad de mayor representatividad con un 75%, seguida por la actividad turística (12%), la artesanal registra 9% y por último se encuentra la agricultura-ganadería y pesca con un 2% respectivamente, lo que demuestra la poca garantía alimentaria que ofrece la producción local, que además se ve aumentada por el turismo. El ciclo de vida de los negocios presenta un promedio de 432 días, o sea un periodo de vida de 1,18 años, dato que refleja la insostenibilidad de los emprendimientos en el mercado local. El porcentaje de negocios cerrados es del 10,2%, siendo de mayor representatividad el sector comercial con un 9,3% y dentro de éste las actividades: tiendas y restaurantes con un 13% y 12% respectivamente (ver Anexo Nro. 3).

Respecto a la dinámica de los distintos sectores que integran el aparato productivo local el Plan de Desarrollo Sustentable y Ordenamiento Territorial del Régimen Especial de Galápagos (2016) expone el siguiente planteamiento:

Siendo el comercio un ente dinamizador de la economía, podría reflejar que la economía en Galápagos se ha desarrollado en gran medida; sin embargo, no hay un equilibrio entre los sectores productivos que generan mayor valor agregado como la actividad agropecuaria, pesquera, artesanal, debido a que éstas son las que menos participación tienen en el sistema económico, contrario a lo que sucede con el comercio y el turismo. Las grandes importaciones de bienes y productos desde el continente ecuatoriano sumado al incremento del turismo y a los desincentivos y limitaciones para desarrollarse en las actividades agrícolas y pesqueras que originalmente fueron las actividades principales de las islas, han sido factores determinantes para que la población se incline hacia el turismo y comercio que ofrecen mayores oportunidades de desarrollo e ingresos (p. 88).

Otro rasgo que distingue a la mayoría de empresas existentes en el mercado local, es que son familiares, unipersonales, informales y minoristas, pues comercializan y venden sus productos al consumidor final y existe poca o nula negociación para comprar a menor precio, aunque se efectúen compras en mayores cantidades. El tipo de negocio que prevalece son las pequeñas tiendas que venden productos de primera necesidad, intentando satisfacer la demanda alimenticia de los habitantes de la isla y los visitantes. La variedad y cantidad de productos en oferta es relativa, depende del cupo de abastecimiento y planificación que posean las comercializadoras para transportar los productos desde el continente (Consejo de Gobierno del Régimen Especial Galápagos, 2016).

La oferta en lo referente a productos alimenticios, de limpieza, enseres, entre otros generalmente es limitada, la escasa producción local de alimentos y el tiempo de demora del traslado de los productos importados desde la zona continental del Ecuador son algunos de los motivos. Este último factor radica en que el medio de transporte más utilizado para abastecer el sector comercial, es principalmente marítimo, pues permite transportar mayores cantidades de productos a un menor costo, sin embargo, el ciclo de tiempo de abastecimiento es lento y aunque estable, inseguro.

La dinámica de abastecimiento de productos procedentes de Guayaquil actualmente se desarrolla bajo la operación de tres barcos cargueros, encargados de trasladar a todos los habitantes, proveedores de servicios y comerciantes locales sus pedidos y solicitudes desde el continente. Las embarcaciones arriban cada 10 días aproximadamente de manera alterna, efectuando abastecimiento en distintas fechas.

Debido a esta circunstancia, los comerciantes deben planificar su abastecimiento eficientemente, de modo que los productos sean suficientes para satisfacer las necesidades

de sus clientes en un determinado periodo de tiempo. Durante los años 2016 y 2017, sucedieron lamentables accidentes con los barcos de carga que en la travesía vararon, lo que provocó un desabastecimiento de quince días aproximadamente, perjudicando el flujo comercial del mercado.

La vía aérea es otra opción de transporte, muy utilizada por el valor agregado de la rapidez del servicio. Como limitante, por esta vía los productos deben estar autorizados según exigencias del transporte aéreo, pues las aerolíneas no tienen permitido transportar ciertos productos, detallados en una lista de restricciones, por ejemplo, algunos tipos de insumos y alimentos. La velocidad de entrega que ofrece este servicio ha provocado mayor demanda, desarrollando un mecanismo de cupos, que se otorgan según la capacidad de carga por temporadas.

Este proceso de tramitación retrasa la operación de envío de mercaderías pues depende totalmente de la disponibilidad de espacios. La dificultad para obtener cupos periódicos provoca que la vía marítima, aunque lenta, sea la más utilizada. Los negociantes que prefieren el servicio aéreo, como medio de transporte, usualmente son empresas comercializadoras de alimentos y de servicios turísticos, pues manejan principalmente productos perecibles y por lo general tienen mayores facilidades para obtener contratos fijos con la aerolínea.

El sector turístico promete una mayor oferta, debido a que la dinámica local es básicamente turística y la actividad económica gira alrededor de los servicios prestados a la población flotante; no obstante, la oferta de este sector presenta problemas como: la baja diversificación de servicios, alta concentración de negocios (alojamientos y agencias de viaje), sobreoferta de servicios a bajos precios, deficientes niveles de calidad y escaso personal profesional. Pese a estas irregularidades, existe una alta competencia turística, que afecta y limita la cadena de valor del turismo en la isla (Consejo de Gobierno del Régimen Especial Galápagos, 2016).

El aparato productivo local está compuesto generalmente por ofertas oligopólicas, donde el mercado se encuentra controlado por unos cuantos productores o prestadores del producto o servicio, como: los supermercados, licorerías, panaderías, almacenes de equipos y electrodomésticos, entre otros. También existen las ofertas monopólicas, donde el producto o servicio es ofertado por un único prestador, que a la vez impone la calidad, precio y cantidad, como el servicio de optometría y proveedores de servicios medioambientales y técnicos. Otros prestadores de servicios manejan la oferta competitiva, principalmente vinculados a las actividades turísticas, por ejemplo, las agencias de viajes, aerolíneas, operadoras de turismo,

hoteles y embarcaciones turísticas o de transporte (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Cruz, 2017).

Respecto al desarrollo de la diversificación productiva se evidencia que algunos comerciantes, enfocados en expandir su horizonte financiero, realizan compras de fincas y parcelas de tierra, como una opción para generar mayor oferta con la producción de bienes locales, evitando así la importación desde el continente de frutas, verduras, carnes, agua, lácteos y sus derivados, entre otros. Estas actividades apoyan la generación de valor agregado a la producción local y la venta de productos de calidad al cliente, por lo general, la competencia entre los negocios comercializadores de alimentos no es agresiva, pues existe alta demanda de productos.

También se ha incorporado al mercado la venta de ropa, zapatos, útiles escolares, joyería y artículos para el hogar, aunque continúa prevaleciendo la venta de alimentos como actividad principal. Las empresas con mayor estabilidad comercial adquieren convenios con compañías turísticas, tales como: embarcaciones, restaurantes y hospedajes, quienes son compradores estables al ofrecer servicio directo al turista.

Asimismo, se evidencian algunos locales comerciales que ofertan mercancías de inventario antiguo y sin movimiento. Estos productos presentan generalmente un bajo índice de demanda porque las variedades ofrecidas son muy reducidas, la calidad es baja y el cliente se percata que el producto ha permanecido un largo tiempo en inventario estático. Este tipo de oferta perjudica el mercado local porque no satisface las necesidades del consumidor y tampoco cumple las expectativas del comerciante.

Las políticas de inventario de las empresas locales generalmente son establecidas según las condiciones del transporte en la isla, los comerciantes planifican las compras de forma periódica, para estar sincronizados con el tiempo de abastecimiento marítimo, así eludir la acumulación de inventario y evitar la caducidad de los productos, ya que la mayoría son alimentos perecibles.

La predicción de la demanda basada en la experiencia de los dueños de negocios, en dependencia de la temporada, es el método de planificación más usado, solo en periodos de alta demanda se aumenta la cantidad de pedidos para inventario. Las mayores ventas se reflejan cuando hay mayor concentración del turismo, que ocupa el mes de diciembre y el primer trimestre del año, en efecto también se presencian mayores desabastecimientos por causa de la alta demanda y poca oferta.

Esta situación exige que los pedidos funcionen planificadamente realizando un cálculo previo aproximado de la demanda, gestión pocas veces realizada por los comerciantes debido al

escaso entendimiento de estrategias de mercado. En ocasiones, el tiempo previsto de espera de las embarcaciones cargueras se extiende, provocando retrasos e inconvenientes mayores. Adicional, a la llegada del producto a puerto se incurren en inspecciones por parte de las instituciones competentes. En el desembarque se deben cumplir normas y exigencias ambientales rígidas para evitar riesgos en esta reserva natural, maniobras que retrasan la descarga y traslado de los productos a su destino final.

A los costos asumidos por la trasportación desde Guayaquil, en la isla es necesario contratar los servicios logísticos de un transportista terrestre, encargado de gestionar la mercancía al arribo marítimo desde el contenedor de carga o desde el aeropuerto cuando es vía aérea, factores que incrementan el costo e influyen directamente en la oferta del producto.

Políticas locales y leyes del gobierno especial en Galápagos han intentado establecer un equilibrio en el mercado, pero aun así existe poca oferta de víveres, insumos y demás productos, en calidad y variedad, las necesidades del mercado crecen cada día con el aumento de la población y el crecimiento del turismo, en efecto las actividades comerciales se han acrecentado y el mercado ha alcanzado mayor competitividad, aunque sin ofrecer resultados eficientes.

### **1.1.3 Necesidades no cubiertas por la oferta actual.**

El gran dinamismo que ha alcanzado la economía insular en los últimos años, en especial en la isla Santa Cruz, a causa de un incremento acelerado de visitantes y red de nuevos negocios, ha provocado un escenario de crecimiento explosivo del flujo económico. Las consecuencias negativas en el mercado local, producto al aumento desproporcionado de la oferta y la demanda se reflejan en la baja oferta de productos y servicios, deficientes niveles de calidad y baja especialización. Estos efectos evidentes, han desarrollado una situación de deficiencia en la provisión de productos y servicios, repercutiendo directamente en la capacidad de cobertura que ofrece el mercado para satisfacer las necesidades locales (Consejo de Gobierno del Régimen Especial Galápagos, 2016).

En referencia a la cantidad y variedad de las actividades comerciales existentes, el Plan Galápagos (2016) refiere que predominan los establecimientos dedicados al comercio, representando la mayor parte del aparato productivo local y en un segundo lugar las actividades del sector turístico. La baja diversificación de productos y servicios no permite mantener una oferta estable y lograr dar cobertura a las necesidades exigidas.

Los comerciantes generalmente ofertan productos específicos, en cantidades y variedades limitadas, por ejemplo, si un consumidor local desea abastecerse de productos, semejante a

una canasta básica familiar, debe visitar varios negocios para cumplir su demanda. Se dificulta encontrar en un solo establecimiento los productos en las cantidades y variedades requeridas, más difícil aún, si demanda calidad o marcas específicas del producto en cuestión.

La causa principal atribuible a las necesidades no cubiertas en la isla, es la limitada oferta de determinados productos, provocando un deficiente cumplimiento de la demanda. Un factor influyente, son las normas regulatorias de las instituciones medioambientales competentes que reportan una lista de alimentos restringidos de entrada a la isla, con el fin de evitar la introducción de plagas y enfermedades, entre ellos se encuentran algunos tipos de frutas que pueden portar larvas de mosca.

Se debe tomar en cuenta que la población residente habitual no conforma en su totalidad la demanda, pues la cantidad de turistas y visitantes conforman una población flotante, por tanto, los comerciantes deben tener en cuenta este número de consumidores para poder satisfacer la demanda total (Consejo de Gobierno del Régimen Especial Galápagos, 2016).

El Plan Galápagos (2016), en referencia a los antecedentes del sector agropecuario, afirma que la producción agrícola en Santa Cruz es mínima, atraviesa una serie de dificultades y limitaciones. Gran parte del territorio rural se encuentra disponible para desarrollar actividades productivas, pero los controles ambientales, el alto costo de los fertilizantes y productos de mantenimiento de las tierras, dificultan alcanzar altos niveles de productividad, provocando la desmotivación de los trabajadores del sector agrario y destacando otras opciones productivas más rentables como el turismo y el comercio. Esta deficiencia productiva provoca una incapacidad por parte de los productores agrícolas para abastecer el mercado local, los productos que logran comercializarse se ofertan a precios elevados, incluso mayores en comparación a los productos trasladados desde el continente.

El incumplimiento en la cobertura de la demanda también es provocado por problemas administrativos y de planificación de los negocios, causas como bajas inversiones en inventario, inexperiencia en el mercado o poco compromiso comercial, son factores que ocasionan la escasez de productos.

Generalmente, los negocios pequeños mantienen la costumbre de no abastecerse de nueva mercadería hasta mantener un bajo stock de inventario, comportamiento que afecta el flujo de productos en el mercado. Esta actuación se sustenta en el conocimiento generalizado de las consecuencias de la baja oferta, se aprovecha la demanda para vender productos que en otras condiciones no se venderían, lo cual perjudica directamente la satisfacción del cliente.

## **1.2 Teorías Generales**

### **1.2.1 El emprendimiento según Global Entrepreneurship Monitor.**

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es un informe anual que monitorea la actividad emprendedora, estudia y analiza el estado del emprendimiento y las principales barreras que han impedido su desarrollo. Utiliza la información de una determinada cantidad de países y se basa en sus economías de diversas fases de desarrollo, para describir sus emprendedores, los factores que inciden en el emprendimiento y la dinámica de creación de empresas (Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2016).

La Escuela Superior Politécnica del Litoral (2016) como institución encargada de elaborar el GEM para Ecuador, se refiere a la diversidad de temas informativos acerca del emprendimiento que expone este monitor en sus informes. El objetivo de este reporte es indagar acerca del entorno de las actividades emprendedoras, los factores críticos que intervienen, analizar a los emprendedores, sus valores, percepciones y actitudes frente a esta actividad, las etapas de emprendimiento y su desarrollo, así como las políticas que se pueden establecer para favorecer y motivar este tipo de actividades en el país. Es muy utilizado como fuente de información y sirve de referencia a muchas organizaciones e instituciones.

Su modelo de investigación analiza las variables que directamente afectan la iniciativa empresarial en cada una de las economías y a través de los indicadores que establece, marca el impacto de los emprendedores y sus actividades en la sociedad. El GEM (2016) refiere que las capacidades, habilidades y competencias desarrolladas se relacionan de manera directa con las condiciones del entorno social, político y cultural, con las oportunidades y amenazas que se presenten, el mercado y el crecimiento económico.

El reporte tiene gran importancia para las economías porque permite monitorear toda la información relacionada con los emprendedores, su entorno y actitudes. La medición de los niveles de emprendimiento permite conocer el estatus de cada país con respecto al desarrollo económico local e internacional. Además, se identifican los factores críticos que intervienen con el fin de identificar los que facilitan o aquellos que limitan los procesos de emprendimiento, y así manejarlos para que actúen a favor del desarrollo de las actividades emprendedoras con mayor éxito.

### **1.2.2 Global Entrepreneurship Monitor Ecuador.**

Entre los países que participan anualmente en el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) se encuentra Ecuador, perteneciente al grupo de economías de eficiencia. Entre otros de sus objetivos, el monitor se encarga de determinar la dinámica del emprendimiento en el país e identificar aquellos factores que influyen directamente en la actividad emprendedora a nivel nacional.

Este informe analiza el ecosistema emprendedor y el entorno en el que se desarrollan las iniciativas empresariales. Actualmente, acerca de las condiciones internas que ofrece el país para realizar actividades de emprendimiento, se evidencia que la situación nacional es propicia para emprender nuevas ideas, ofrece una economía con tendencia creciente, presenta estabilidad política y la reestructuración de la educación apoya significativamente este crecimiento. En efecto, Ecuador cuenta con la estabilidad y los requisitos que demandan las actividades emprendedoras, brindando facilidades en los trámites de creación de negocios, ofertas financieras para obtener crédito inicial, estabilidad a nivel nacional, un mercado competitivo (pero no inaccesible) y capital humano cualificado, entre otras características que contribuyen a generar oportunidades. Este escenario facilita que el emprendimiento cree puestos de trabajo y se justifica el vínculo directo con los indicadores de trabajo estable presente en Ecuador.

Tal como se evidencia en la siguiente tabla, si situamos a Ecuador frente al promedio de otras economías de eficiencia, el país supera algunos indicadores importantes, por ejemplo, las capacidades y oportunidades percibidas por los ecuatorianos son mayores y el miedo al fracaso menor, por lo que las intenciones de emprender también son más altas. Los índices de la actividad emprendedora temprana reflejan que respecto a otros países la población ecuatoriana posee cultura de emprendimiento e iniciativa ante las oportunidades y necesidades existentes, como resultado la sociedad actual acepta la acción de emprender como una solución cada vez más efectiva.

La evolución del TEA en Ecuador en el transcurso de los años respecto al resto de economías de eficiencia y países de América Latina ha provocado un mayor dinamismo del emprendimiento, las capacidades para crear e innovar están creciendo e influyen directamente en el desarrollo económico y cultural al país (Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2016).

Tabla 2. Indicadores GEM 2016 para Ecuador, y Economías de Eficiencia

Indicador GEM	Ecuador	Economías de eficiencia
Percepciones, valores y atributos de la sociedad		
Oportunidades Percibidas	45.5%	42.5%
Capacidades Percibidas	71.3%	54.6%
Temor al fracaso	32.5%	38.6%
Emprendimiento como buena opción profesional	59.5%	66.9%
Alto estatus de emprendedores exitosos	61.1%	66.9%
Atención de los medios al emprendimiento	69.5%	61.1%
Actividad emprendedora		
Intención de emprender	42.7%	29.8%
Actividad emprendedora temprana (TEA)	31.8%	14.2%
Motivado por necesidad (% de TEA)	28.0%	26.3%
Motivado por oportunidad (% de TEA)	65.4%	70.8%
Expectativas medias altas de crecimiento (% de TEA)	4.6%	14.7%
Actividad emprendedora del empleado (EEA)	0.7%	2.3%
Propiedad de negocios establecidos	14.3%	8.6%
Descontinuación de negocios en los últimos 12 meses	7.2%	3.7%

Fuente: (Global Entrepreneurship Monitor Ecuador, 2016, pág. 10)

Elaboración Faride Hotaki

El siguiente análisis planteado por el GEM, respaldado por la tabla anterior, refleja que la TEA del país es superior que el promedio para estas economías, lo cual posiciona el perfil de emprendimiento para Ecuador en una posición mayor, apoyando el alto porcentaje de ecuatorianos que son capaces de reconocer las oportunidades de emprendimientos.

En el 2016, el Índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) para Ecuador fue de 31.8% siendo 2.2 veces mayor al promedio de las economías de eficiencia. Esto representa una ligera disminución en la actividad emprendedora en comparación al 2015, donde la TEA de Ecuador se ubicó en 33.6%. Pese a esto, Ecuador sigue siendo el país con la TEA más alta en la región, y el segundo entre los 66 países participantes. (Global Entrepreneurship Monitor Ecuador, 2016, pág. 10)

Según la actividad emprendedora en las economías del GEM (2016) por región, Ecuador se ha posicionado en el ranking número uno en emprendimientos nacientes, el número dos en la TEA (Actividad Emprendedora Temprana) y en emprendimientos nuevos se ubica en la posición seis. Este ranking demuestra que Ecuador tiene gran protagonismo dentro del grupo de países que conforman la tabla del reporte.

La tendencia de Ecuador de crear nuevos emprendedores se fortalece en las capacidades de estos, las oportunidades son detectadas con mayor rapidez, la capacitación que reciben en las universidades y centros de educación superior sirven de apoyo y aunque se enfrentan a

disímiles debilidades y amenazas, son capaces de llevar el emprendimiento a rankings sorprendentes para un país con economía de eficiencia.

En relación a la edad, los procesos de iniciación de negocios se evidencian mayormente en los ecuatorianos jóvenes, quienes son capaces de detectar mayor cantidad de oportunidades y arriesgarse a lanzar sus proyectos e ideas. La motivación que los impulsa, según las encuestas realizadas, son principalmente las oportunidades por la posibilidad de aumentar sus ingresos y ganar independencia, mientras que en menor cuantía la motivación es por necesidad. Ello demuestra que la economía se encuentra en un estado de equilibrio y la apertura de mercado permite la introducción de nuevas empresas.

Ecuador en los últimos años ha ganado protagonismo en el sector de la inversión, dicha estabilidad y equilibrio en el sector económico-financiero, social y político ha brindado confianza para el emprendedor. La población ecuatoriana ha tomado el emprendimiento como un proceso de éxito, aunque arriesgado, culturalmente aceptado y constituye una opción muy favorable como modo de vida.

La promoción realizada por los distintos centros educativos ha conseguido crear visión y cultura emprendedora en el país. Según estadísticas y en comparación con el resto de países en cuestión, se valora en primer lugar la atención de los medios a la actividad emprendedora, o sea que los ecuatorianos brindan mayor valor a ser reconocidos por los medios como emprendedores antes que tomarlo como una opción de carrera o reconocerlo por el alto estatus que se les brinda. En cambio, entre los tres valores que definen una cultura a favor del emprendimiento los ecuatorianos lo aprecian menos como opción de carrera.

Se evidencia que mientras mayor sean las intenciones de emprender, las capacidades y oportunidades percibidas serán mayores, así mismo el miedo al fracaso será menor. Este último se intensifica cuando las condiciones y el entorno no son favorables y por ende no brindan suficiente confianza a las personas para impulsar nuevas ideas.

Analizando el perfil emprendedor se revela que los hombres son capaces de percibir oportunidades en mayor cantidad y con mayor rapidez que las mujeres, estas percepciones disminuyen según aumente la edad, así mismo se evidencia una mayor motivación en las personas de edades entre 18 y 25 años. Entre los negocios ya establecidos y la TEA se evidencia que aquellos que emprenden de manera temprana tienen mayores intenciones y menor miedo al fracaso. Los hombres también poseen mayores capacidades, habilidades y competencias para emprender y demuestran menor miedo al fracaso respecto a las mujeres.

En relación a la escolaridad, se hace notar que el mayor porcentaje lo protagonizan los que poseen menor nivel escolar, el 38,6% posee estudios primarios, mientras que un 13,7% representa a los profesionales. Este dato refleja que aquellas personas con menor nivel de escolaridad tienen menor miedo al fracaso y se lanzan a emprender en mayor cantidad que los profesionales.

El temor al fracaso puede constituir una poderosa barrera en el proceso de toma de decisiones para accionar una idea o proyecto, y repercute directamente en los índices de intenciones de emprender. En general, el miedo se refleja con mayor intensidad en personas de mayor edad, no obstante, en Ecuador las cifras demuestran que las intenciones son mayores que los miedos, en este indicador se destacan las mujeres, teniendo mayores expectativas para crear una empresa que los hombres.

El análisis de los resultados obtenidos en este informe tiene relevante importancia porque permite comparar los índices de la TEA con las características y comportamientos de los emprendedores frente a dicha actividad. Se permite concluir que las actividades tempranas de emprendimiento, reportarán mayores valores en dependencia de las capacidades de los emprendedores para detectar las necesidades cambiantes del mercado, entender la dinámica de la competencia y reconocer rápidamente las oportunidades.

La voluntad de aprender, la confianza en sí mismo y la absoluta certeza sobre la validez de la idea son rasgos que definen a los emprendedores exitosos, por lo general se caracterizan por su capacidad de manejar los obstáculos como oportunidades y encontrar motivación en las adversidades para alcanzar sus objetivos.

Vale la pena mencionar algunas de las características que poseen los emprendedores:

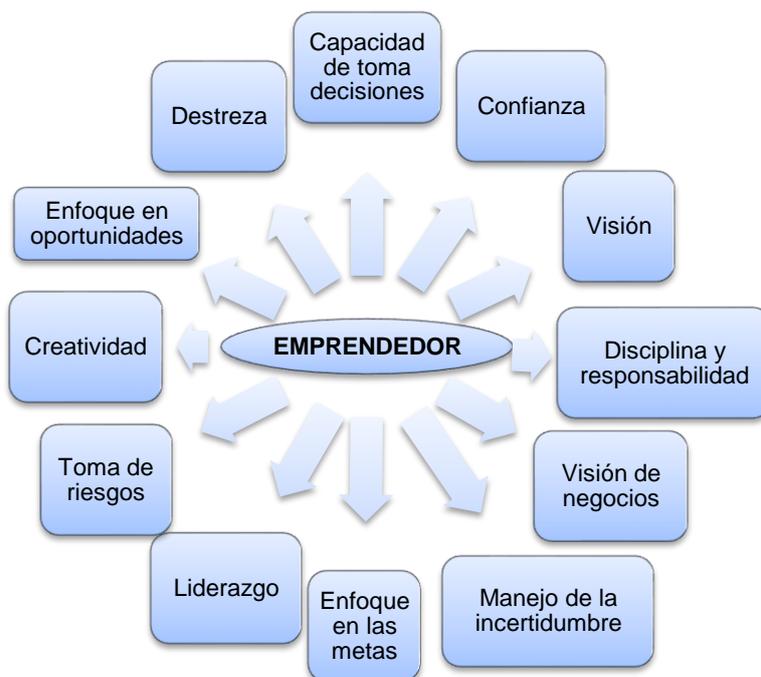


Figura 1. Características de los emprendedores

Fuente y elaboración: Faride Hotaki

Según el reporte GEM (2016) de Ecuador los emprendedores presentan en su perfil al menos dos razones principales para crear un negocio: por oportunidad y por necesidad.

El emprendimiento por oportunidad se identifica en un grupo más educado, prevalece la búsqueda de independencia, incremento de ingresos y manejan mayores expectativas de crecimiento, mientras que la motivación por necesidad destaca la posibilidad de ausencia de una opción real de empleo, es impulsado generalmente por situaciones inestables del entorno y falta de equilibrio en la dinámica social o económica, no obstante, ambas motivaciones impulsan a emprender y pueden generar resultados igual de exitosos.

Entre los emprendedores ecuatorianos que detectaron una oportunidad, sus motivaciones principales fueron: incrementar los ingresos y ganar independencia. La información refleja que estos toman en cuenta el emprendimiento como actividad económica frente a situaciones difíciles y que respecto al resto de países en debate tienen más claros los objetivos, son más ambiciosos e invierten mayor tiempo en conocer, investigar y detectar oportunidades acerca de su idea.

Respecto a los resultados de la motivación por necesidad, esta supera al resto de economías de eficiencia. Aunque en Ecuador prevalecen los emprendimientos por oportunidad, aún se destaca la necesidad como motivación con altos índices. Esta última nace de las condiciones de desempleo e inestabilidad que sufren las economías.

En referencia a este fenómeno recurrente de creación de empresas por necesidad, Proaño explica “Este tipo de emprendimiento corresponde a la subsistencia. Muchos alimentos, muchas artesanías en las que no hay innovación y sus negocios terminan funcionando en la informalidad” (Proaño A. , 2015, párr. 23). Este tipo de situación, que incorpora al mercado emprendimientos que no aportan innovación y desarrollo, contribuyen a que la TEA en el país sea más alta.

Los programas y políticas del Estado deben enfocarse en crear normas, leyes e incentivos que motiven a los emprendedores, apoyen su crecimiento y faciliten las actividades emprendedoras. En general, a nivel país es necesario mejorar la posición de los emprendedores y brindar un apoyo directo a su fortalecimiento.

La etapa de formalización de los negocios en Ecuador ha revelado índices bajos. Este indicador refleja que generalmente las empresas no alcanzan un crecimiento estable que les permita lograr sostenibilidad, en consecuencia, no superan las etapas tempranas del ciclo empresarial e incurrir en cierres prematuros. Un factor influyente en los valores que refleja este indicador, es que el historial de negocios establecidos y de la TEA no han sido registrados en mayoría y por tanto no son tomados en cuenta.

Las fases del ciclo de vida empresarial son superadas, al menos temporalmente, cuando las empresas luego de haber adquirido experiencia y estabilidad en el mercado, logran alcanzar la etapa de madurez en la cual se equilibran para mantenerse durante los próximos años. El informe GEM se encarga de analizar cada etapa de este ciclo y comparar las fases alcanzadas por los diversos tipos de negocios, según el tipo de economía y región de los países involucrados en el reporte, aparte de analizar los factores que inciden en el desarrollo y crecimiento de estos.

A modo de conclusión, según el análisis anteriormente realizado sobre el enfoque a nivel nacional del emprendimiento se puede argumentar que:

- El estado del emprendimiento en Ecuador según el reporte GEM (2016), donde se analizan los países involucrados por regiones geográficas y por desarrollo económico, revela destacados índices de actividades de emprendimiento en comparación con otras economías.

- El país ha logrado alcanzar en el ranking del año 2016 la posición número uno en emprendimientos nacientes y el número dos en la Actividad Emprendedora Temprana (TEA).
- Actualmente la economía nacional ofrece un entorno positivo para realizar emprendimientos, apoyado por la cultura de emprender que posee la población ecuatoriana.

Aunque el país desarrolle un perfil de emprendimiento competitivo es necesario a nivel nacional promover dichas actividades, crear incentivos que motiven, programas que apoyen y políticas que faciliten el crecimiento de sus actores. La participación de estos en la economía influye positivamente en el desarrollo de las comunidades, por ello la necesidad de apoyar directamente la innovación y el emprendimiento.

### **1.2.3 Organismos que promueven el emprendimiento.**

El emprendimiento genera escenarios de competencia, productividad y desarrollo, actúa como motor del crecimiento e impulsor del sector empresarial. La cultura emprendedora se construye desde el fortalecimiento de las políticas y las leyes, por tanto, las instituciones deben moldear la situación a favor de la creación de emprendimientos conectados a las necesidades actuales.

Un entorno favorable para fomentar la iniciativa empresarial parte de la flexibilidad de las barreras de entrada; las políticas, leyes y legislaciones en general deben apoyar la incubación de nuevas ideas y su desarrollo. El estado como ente máximo competente debe establecer normas que favorezcan la promoción y estimulación de una actividad emprendedora sostenible.

Lederman, Messina, Pienknagura y Rigolini (2014), sobre los factores que apoyan la creación de emprendimientos exponen:

Sin embargo, la identificación de los factores que favorecen el emprendimiento es compleja debido a las intrincadas interacciones e interdependencias entre los distintos aspectos del entorno favorecedor de la innovación. Estos aspectos incluyen la claridad y fiabilidad de los derechos legales (incluidos los derechos de propiedad intelectual) y los procesos judiciales, la calidad de la divulgación de información y las normas contables, las regulaciones y las políticas (incluidas las que promueven la competencia) que afectan a la industria y el comercio, la calidad del capital humano (educación y competencias) y los programas y políticas que promueven o apoyan el desarrollo empresarial o la I+D (pág. 18).

Por otro lado, las altas barreras de entrada desincentivan la creación y desarrollo de nuevas ideas de negocio, actúan como mecanismos que desestimulan la actividad empresarial, convirtiendo el emprendimiento en una idea poco atractiva. Las estrategias gubernamentales deben estar enfocadas en decisiones que reduzcan el impacto de estas en el mercado emprendedor, para conseguir fomentar el crecimiento económico y el desarrollo a nivel nacional.

En la siguiente tabla se presentan algunos de los programas que apoyan las actividades emprendedoras en el Ecuador, a través de financiamiento a diversos tipos de proyectos. El objetivo de esta iniciativa se enfoca en generar escenarios exitosos y productivos para las nuevas empresas ecuatorianas.

Tabla 3. Programas que promueven el emprendimiento en Ecuador

<b>Sector gubernamental:</b>	
	<b>Descripción</b>
Programas impulsados por el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC)	
<b>CreEcuador</b>	Busca facilitar el acceso a la propiedad empresarial mediante su participación como accionista en empresas privadas y de propiedad del Estado, a través de un fondo de Capital de Riesgo.
<b>InnovaEcuador</b>	Se enfoca en proyectos con impacto en el aumento de la productividad y la competitividad del país, a través de dos fuentes de cofinanciamiento que son InnovaEmpresa e InnovaConocimiento. <ul style="list-style-type: none"> <li>• InnovaEmpresa cofinancia la creación de nuevos productos y nuevos procesos de comercialización.</li> <li>• InnovaConocimiento cofinancia la generación de nuevas tecnologías que mejoren la productividad sectorial.</li> </ul>
<b>EmprendEcuador</b>	Apoya a los emprendedores en la creación de negocios con potencial de crecimiento, que sean innovadores o altamente diferenciados, otorgándoles cofinanciamiento para desarrollar planes de negocio o recibir asistencia técnica, y para la elaboración de prototipos y formalización de la empresa.

Fuente: (Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2010, pág. 41)

Elaboración Faride Hotaki

## 1.3 Teorías Sustantivas

### 1.3.1 El emprendimiento. Concepto, principios e importancia.

El emprendimiento se puede definir como un propósito que se despliega con voluntad personal, ya sea individual o colectivo, enfrentándose a múltiples problemas con la intención de alcanzar un resultado final. Es muy común encontrar el concepto estrechamente ligado al ámbito fundamentalmente de los negocios y la economía, es la iniciativa de un sujeto que toma un peligro o que invierte recursos con la finalidad expresa de cultivar una coyuntura que ofrece el mercado, para alcanzar ascendentes ingresos económicos.

Los estudios aportados por varios autores y teóricos a lo largo de los años acerca del emprendimiento son muy diversos, creando controversia por ser vistos desde distintas perspectivas. El concepto en sí, ha sido analizado desde la simplicidad a la complejidad, con enfoques tanto sociales, económicos, comerciales o de formas más tradicionales. A continuación, se exponen varios conceptos del término emprendimiento.

La Real Academia Española, RAE (2014) define el término emprendimiento como “acción y efecto de emprender” y al verbo emprender como “acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro” (s/p).

El autor Andy Freire (2004) comparte la siguiente definición “El proceso emprendedor comprende todas las actividades relacionadas con detectar oportunidades y crear organizaciones para concretarlas” (p. 27).

Para Formichella (2004)“(…) un emprendimiento posee la característica de ser innovador. Innovar significa introducir un cambio, éste puede ocurrir en la estructura social, en la gestión pública, en la elaboración de un producto o en la organización de una empresa, entre otros” (pág. 5). Este último concepto encierra una percepción importante, y es la vinculación del concepto emprendimiento con la innovación, esto implica que emprendedores generen nuevas ideas con un potencial innovador.

Analizando los conceptos anteriores se puede concluir como emprendimiento, a la instauración de un negocio que encierra la inversión de varios recursos, algunos tan importantes como el humano. Además de los recursos tecnológicos y económicos, con la finalidad manifiesta de crecer y consolidarse en el mercado, cuyo propósito es constituirse como una microempresa inicialmente y con intenciones de establecer una empresa importante a mediano plazo.

## **Principios del emprendimiento:**

Cuando se realizan análisis o monitoreos a nivel internacional o regional, acerca de los emprendimientos, y se establecen comparaciones, se debe tener en cuenta el criterio de caracterización de la actividad emprendedora para evitar confrontaciones de información que no tienen relación. Los resultados de las mediciones pueden variar en cada región, dependiendo de los indicadores y niveles de información que se manejen. El análisis de información cuantitativa desde diferentes puntos de vista cualitativos genera variaciones que pueden fluctuar de acuerdo al desarrollo de las economías y su percepción de desarrollo y crecimiento.

El criterio sobre el concepto emprendimiento y sus características, son manejados distintamente. Los siguientes principios se mantienen como pilares de seguimiento y enfoque para lograr resultados homogéneos ante estándares internacionales. Éstos varían en dependencia del tipo de actividad emprendedora, en algunos casos las iniciativas empresariales no demandan alta utilización de tecnología e innovación, pero sí un trabajo en equipo especializado o generar un impacto a la introducción del mercado para ganar competitividad, todo depende de la actividad principal, el mercado, el entorno y otros factores que influyen en su funcionamiento.

A continuación, se listan algunos de los principios en los que se basa el emprendimiento y sus características:

- **Generación de impacto social:** Generan un efecto positivo en el entorno y responden a una necesidad social.
- **Sostenibilidad:** Aporta y crea valor económico, social y medioambiental en el tiempo, a corto y largo plazo. Genera bienestar y progreso.
- **Rentables económicamente:** Son productivas y generan resultados económicos positivos.
- **Impacto local:** El servicio a la comunidad produce una respuesta positiva. Favorecen y están directamente involucrados con las necesidades de su entorno.
- **Responsabilidad social:** Tienen compromiso con la sociedad. Actúan de manera proactiva y responsable frente a las necesidades y problemáticas existentes.
- **Manejo de la tecnología:** Tienen acceso a la tecnología y la manejan estratégicamente para obtener resultados que aporten al desarrollo de la empresa.

- Equipo de trabajo profesional: Personal cualificado, competente, estratega y líder que participe activamente en la toma de decisiones.
- Innovación y desarrollo (I&D): Llevan a cabo procesos de I&D que permiten desarrollar e innovar en su campo nuevos conocimientos, mejora de productos, procesos, modelos etc.
- Oportunidad de expansión: Manejan modelos de negocios que le permiten seguir creciendo como empresa y escalar hacia otros mercados.
- Respuesta a una necesidad: Ofrecen respuesta a una necesidad específica de manera efectiva. Solucionan problemas reales que demanda el cliente.
- Generar valor agregado: Ofrece al cliente un producto o servicio con valores añadidos. Brinda un beneficio adicional que conecta al cliente con el producto.
- Introducción de productos y servicios diferenciados: Generan una actividad que ofrece al cliente un producto o servicio diferenciado del resto del mercado y la competencia.

Las características de los emprendimientos mencionadas anteriormente favorecen el éxito en dependencia del tipo de actividad empresarial que se desarrolle. A continuación, se exponen las diferentes clasificaciones de emprendimientos existentes:

Tabla 4. Tipos de emprendimientos

<b>Tipo</b>	<b>Descripción</b>
Tradicionales	Se introduce en un mercado existente, con un producto ofrecido por la competencia y actualmente comercializado. Cree ofrecer características diferenciadoras en la prestación de servicios, calidad y atención al cliente.
Innovadores	Introducción a un nuevo mercado o en uno ya existente con un nuevo producto, generando un impacto de novedad a la competencia y los consumidores. La innovación del producto puede ser totalmente novedosa o considerablemente mejorado.
Comerciales	Comercializa los productos de terceros, generando poco valor agregado en ellos. Se especializa en ofrecer servicios diferenciados y compite en el mercado en base a los precios, nichos específicos y servicios adicionales.
De servicios	Ofrece a su clientela y pone a su disposición un servicio especializado. Aporta habilidades que cubren necesidades específicas de sus clientes.
Tecnológicos	Se introduce en mercados de alta tecnología. Crea, innova y desarrolla productos y servicios especializados en el mercado tecnológico.

Profesionales	Se caracteriza por sus aportes en conocimientos, habilidades y competencias específicas. Sus clientes se benefician de la transferencia de valores agregados intangibles.
Por necesidad	Este tipo de emprendimiento es impulsado por las condiciones desfavorables del entorno. En ocasiones no tiene oportunidad de elegir con iniciativa su función económica, sino que se enfoca en las necesidades existentes y posiblemente más rentables según la situación.

---

Fuente y elaboración: Faride Hotaki

En la dimensión del aporte que realizan los emprendimientos reside la importancia de promoverlos, incentivarlos y apoyarlos para generar mayores ventajas. La cultura de emprender debe ser promovida, enfocar las políticas y leyes a crear un mercado accesible con incentivos que fomenten la actividad empresarial.

Por el contrario, la dificultad de acceso y altas barreras de entrada al mercado, la burocracia, el poco o nulo acceso a crédito y financiamiento, escases de capital humano, inestabilidad política y económica, entre otros factores, interfieren y limitan las oportunidades de crear nuevos negocios. La importancia de la iniciativa empresarial radica en sus aportes directos al desarrollo, la productividad y bienestar nacional.

### **1.3.2 El clima emprendedor.**

El clima emprendedor es aquel entorno crítico donde se analizan los factores del ecosistema y su repercusión en la actividad emprendedora, es donde se representan las condiciones del entorno y aquellos elementos que influyen directamente en el desarrollo del emprendimiento. Este clima se desarrolla en un contexto social, cultural, político y económico.

Los factores del entorno influyen directamente en el clima emprendedor y están en correspondencia con la etapa de desarrollo económico en que se encuentra el país (economía de factores, de eficiencia y de innovación). Según el GEM (2016), los factores críticos para el emprendimiento son los siguientes:

- Apoyo financiero: Recursos necesarios para llevar a cabo actividades de emprendimiento. El financiamiento de la operación permitirá desempeñar planificadamente las operaciones propuestas.
- Capacidad para emprender: Se basa en el desenvolvimiento que tenga la sociedad en crear, germinar ideas y con ellas desarrollar iniciativas empresariales. Cuanto más involucrada esté la población con la actividad emprendedora, mayor capacidad tendrá para iniciar actividades.

- Programas de gobierno: Programas que mediante iniciativas gubernamentales fomentan la actividad emprendedora y motivan a sus actores, los asisten en el proceso de emprendimiento y los apoyan en su crecimiento.
- Políticas de gobierno: Se refieren a aquellas políticas estatales que son impuestas y que pueden favorecer o desfavorecer la actividad emprendedora. Por ejemplo, el alza de impuestos y políticas inflexibles pueden limitar el desarrollo del emprendimiento mientras que una ley con bajas barreras de mercado y el cambio de matriz productiva lo favorecen.
- Educación y entrenamiento: Pilar fundamental en el desarrollo de las actividades emprendedoras. En los diversos centros de educación superior y en las universidades se debe promover la iniciativa empresarial y la innovación. Capacitar, asistir y enseñar a la sociedad como ser emprendedor y crear sus propias empresas es parte de la promoción, en general, se trata de fomentar la formación y la cultura de emprendimiento.
- Apertura de mercado y barreras de entrada: Permite a los emprendedores contar con mayor flujo de información y acceso a mercados nacionales e internacionales. Si las barreras de entrada al mercado son bajas el emprendedor tendrá mayores oportunidades de ingresar a este.
- Normas sociales y culturales: Se asocian con la manera en que las personas piensan y actúan sobre las actividades emprendedoras. Este factor revela el comportamiento de la población frente al emprendimiento, sus acciones ante las oportunidades y su forma de manejarlas.
- Clima económico: Influye directamente en el nivel de emprendimiento en una zona determinada. Factores como la estabilidad económica, el equilibrio financiero y el nivel de vida de sus habitantes afectan directamente el factor emprendimiento.
- Acceso a infraestructura física: Las pequeñas empresas necesitan tener amplio acceso a los servicios básicos, el transporte y la comunicación de manera accesible y cómoda para iniciar nuevos proyectos emprendedores.
- Infraestructura comercial y profesional: Existencia de instituciones que apoyen e incentiven la iniciativa empresarial. También los servicios de tipo legal, contables, comerciales, entre otros, influyen directamente en el desarrollo de las empresas.

- Investigación y transferencia de desarrollo: La investigación y desarrollo (I&D) conduce a los emprendimientos y pequeñas empresas a nuevas oportunidades, en dependencia del acceso y disponibilidad de información que posean los emprendedores obtendrán mayores beneficios directos.

Los elementos críticos anteriormente listados actúan como facilitadores de las actividades emprendedoras cuando apoyan el desarrollo de éstas y son claves porque crean un clima perfecto para innovar. Estos factores también pueden limitar e impedir el desarrollo de proyectos de emprendimiento, por ejemplo, las políticas de gobiernos inestables, altos impuestos, falta de acceso a financiamiento, normas inflexibles, exceso de burocracia, poco apoyo financiero o falta de cultura hacia el emprendimiento, entre otros. En general, los factores críticos que influyen en el clima emprendedor se pueden manejar como debilidades o fortalezas según el medio en que estos se desenvuelvan y las características geográficas, sociales, políticas y económicas del sector.

Al realizar una comparación del entorno emprendedor entre Ecuador, países de América Latina y economías de eficiencia se destaca que Ecuador gana protagonismo en los factores de educación superior, acceso a infraestructura física y normas sociales y culturales. Según el reporte del GEM (2016), se manifiesta que a nivel nacional se destaca la promoción por parte de universidades en programas de innovación y emprendimiento, infraestructura adecuada, acceso a recursos y normas existentes que evidencian la aceptación de la población hacia la manera de hacer negocios y emprender.

### **1.3.3 Ciclo de vida del emprendimiento en Ecuador.**

El ciclo de vida empresarial se analiza desde su gestación, inicio y crecimiento y no es más que el transcurrir de los negocios por estas etapas. En el presente apartado se examinan los desafíos durante el desarrollo y crecimiento de los negocios.

El GEM (2016) sobre las etapas de emprendimiento refleja, que en el transcurso del ciclo de vida empresarial van perdiendo estabilidad y fuerza. Si se analizan los porcentajes reflejados al inicio del ciclo (intenciones de emprender), se evidencia un decrecimiento en etapas posteriores. El factor fracaso interviene en el ciclo e influye directamente en este comportamiento, pues aumenta a medida que el emprendedor intenta mantener y estabilizar su negocio a través del tiempo.

La primera etapa del ciclo se basa en la intención de emprender y se establece cuando se desea crear o iniciar un proyecto. En el intento de pasar a otras etapas, tales como: creación del negocio, alcanzar estabilidad y lograr crecimiento; se detectan barreras y se presentan

diversos obstáculos. Para el emprendedor, el proceso de desarrollo parte de convertir un negocio naciente (hasta tres meses de operaciones), en uno nuevo (entre 3 y 42 meses de operaciones) y posteriormente lograr que el negocio se establezca (más de 3 años de operaciones). El proceso intensifica los desafíos cuando se pretende permanecer en el tiempo y lograr un escenario sostenible. Cuando la empresa logra llegar a un periodo de madurez (a partir de 9 años) las estadísticas indican que puede alcanzar el equilibrio, pues gran parte de las dificultades se han superado (Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2016).

En la fase de crecimiento se producen disímiles retos, la distribución del número de trabajadores actúa según la etapa del ciclo de vida en la que se encuentre el negocio. Se evidencia que en las etapas iniciales de establecido el negocio, es poco probable que se genere empleo. Las probabilidades aumentan a medida que este avanza y el emprendedor nuevo se convierte en emprendedor establecido. Según el GEM (2016) Ecuador en los últimos años ha logrado superar las expectativas y generar empleos en etapas tempranas.

Respecto a la relación entre la estabilidad empresarial y el éxito de la internacionalización de los negocios, se puede afirmar que influye directamente el tipo de servicio ofertado y las actividades que integran la oferta ecuatoriana al mundo, de ello depende el porcentaje de clientes extranjeros para el país, y el poder mantener estable y en crecimiento algún negocio nacional o internacionalmente.

El cierre de negocios dentro del ciclo de vida empresarial es la etapa final para aquellos negocios que no lograron equilibrarse y alcanzar con éxito la madurez. El GEM (2016) reporta entre los motivos de cierre de negocios en la TEA y negocios establecidos, en primer lugar el abandono del negocio por no ser lucrativo. En el caso de la TEA las razones personales constituyen el segundo lugar y los problemas de financiamiento se ubican en el tercer puesto.

#### **1.3.4 Desarrollo sostenible, conceptualización y dimensiones.**

El concepto de desarrollo sostenible se presenta como una concepción integradora de aspectos económicos, sociales y ambientales que asegure el presente y defienda la capacidad de las generaciones futuras de poder responder a sus propias necesidades.

En el enfoque de desarrollo sostenible se reconoce que el crecimiento debe ser inclusivo y respetuoso con el medio ambiente para reducir la pobreza y generar una prosperidad compartida para la población actual, y seguir respondiendo a las necesidades de las generaciones futuras, el crecimiento sostenible es eficiente en materia de recursos y se planifica atentamente con el fin de entregar beneficios

inmediatos y a largo plazo a las personas y al planeta, y crear prosperidad (Grupo Banco Mundial, 2017, párr. 3).

Entre las dimensiones fundamentales se pueden referir las siguientes:

**Económica**, caracterizada por un sistema de producción que permite a las empresas locales usar, eficientemente, los factores productivos, generar economías de escalas y aumentar la productividad a niveles que permitan mejorar la competitividad en los mercados.

**Sociocultural**, constituye el sistema de relaciones económicas y sociales, las instituciones locales, los valores, actitudes y las tradiciones, que deben respetarse y aprovecharse como base para el proceso de desarrollo, en esta dimensión la participación y la organización social son elementos integrales del desarrollo.

**Político-administrativa**, comprende el entorno de procesos, instituciones municipales y territoriales y otros mecanismos a partir de los cuales los actores pueden articular sus intereses, e impulsar el desarrollo. Esta dimensión debe buscar la igualdad de oportunidades para todos los actores territoriales como ciudadanos. La legitimidad de las instituciones existentes, así como la participación son dos condiciones para la gobernabilidad.

**Sostenibilidad**, que incluye no sólo el conjunto de recursos naturales (agua, tierra, bosque) disponibles en un territorio, sino también como el conjunto de interacciones que existen entre los sistemas económico y social con el medio ambiente, para garantizar la disponibilidad de recursos de las generaciones actuales y futuras.

**Territorialidad**, que contempla no sólo el ámbito del contexto físico-espacial donde se encuentra ubicada la localidad, sino también el proceso dinámico de construcción social que define los rasgos históricos, sociales y culturales propios de una localidad o territorio en su sentido amplio.

### **1.3.5 Políticas de desarrollo local y ámbitos de actuación.**

El desarrollo local se fundamenta en la tipificación y utilización de los recursos y las potencialidades endógenas de cada región. Su orientación hacia la conservación y aprovechamiento, está determinado por normas y responsabilidades que deben ser acatadas por todos los miembros de la localidad, las que se establecen mediante políticas.

En referencia a este concepto Rojas (2009) afirma:

Las políticas públicas locales son un conjunto de estrategias y de acciones, planeadas y desarrolladas por las autoridades de este nivel, con el propósito de solucionar un problema o modificar una situación que afecta a toda la población o parte de la comunidad.

Rojas (2009) refiere que las políticas deben estar enfocadas a las realidades de las localidades, en base a ello, a continuación se explican algunas de las diferentes políticas que pueden ser aplicadas:

**1. Políticas de planificación territorial:** Cualquier proceso de desarrollo requiere de planificación. A nivel local, uno de los instrumentos de planificación más utilizados es el ordenamiento territorial, o sea, proyectar políticas económicas, sociales, culturales y ambientales en el espacio de una localidad. El ordenamiento en los territorios suele ser responsabilidad de las autoridades locales, cuya función pública les permite por un lado dinamizar este espacio de diálogo y concertación y por el otro promover la institucionalización de iniciativas a partir de políticas municipales específicas.

**2. Políticas que promueven la gestión del conocimiento y el desarrollo de capacidades:** Las políticas de desarrollo deben generar acciones para promover la capacitación, la asistencia técnica, el manejo de información, así como la formación de grupos de aprendizaje que permitan gestionar el conocimiento y sistematizar lecciones aprendidas durante el proceso impulsado.

Un punto importante a tener en cuenta es que los procesos de capacitación dependen de oportunidades presentes y pasadas para acceder a procesos de formación. Si el contexto territorial es inequitativo es probable que existan algunos sectores de la población (mujeres, personas mayores y/o jóvenes) que no puedan acceder a estas oportunidades.

Es por ello que estas políticas no sólo deben generar capacitaciones como tal, sino que deben ser integrales para asegurar que el acceso a las oportunidades pueda darse en todos los niveles. Uno de los principios más importantes en el desarrollo de capacidades para el desarrollo local sostenible debe ser la adopción y difusión de innovaciones y conocimientos, así como el manejo adecuado de la información sobre el territorio.

**3. Políticas que promueven cambios institucionales:** Independientemente de la situación en que se encuentre un territorio, todo cambio o transformación requiere la construcción de entornos institucionales favorables para generar e implementar políticas de desarrollo local sostenible.

En este sentido cualquier iniciativa que busque fomentar el desarrollo local requiere primero entender el conjunto de instituciones que definen el uso, el acceso y la gestión de los recursos, tanto naturales como económicos. Esto implica conocer en el ámbito territorial, el conjunto de instituciones formales e informales que definen las reglas e interacciones entre los actores territoriales.

Las instituciones formales están definidas por la legislación, los reglamentos y otros instrumentos vinculantes con la política. Las instituciones informales se rigen por estatutos, normas (acuerdos comunitarios que no están escritos) y convenciones.

Los Sistemas de Información Territorial organizan y sistematizan la información de la actividad productiva y del contexto socio-institucional y están dirigidas a la toma de decisiones de las organizaciones públicas y privadas de cada territorio.

Los sistemas de información se encargan de producir conocimiento estratégico para la acción, a partir de la generación y análisis de datos, que permite acceder al conocimiento actualizado de la realidad territorial, fortaleciendo el sistema productivo regional y potenciando la generación de empleo.

**4. Políticas para el fortalecimiento de los sistemas productivos territoriales:** Estas políticas son claves en el proceso de desarrollo local porque aseguran la generación de medios de vida para la población local, incluyendo la generación de empleos dignos para todos los habitantes y permiten aprovechar las potencialidades que existen a nivel de los recursos naturales y humanos.

Algunos instrumentos de este tipo de políticas incluyen: las incubadoras de empresas, los clústeres productivos, la certificación de producto (de producción ecológica y orgánica, por ejemplo), denominación de origen controlada (se refiere a la marca de calidad que se aplica a productos originarios de una zona geográfica particular de la que toman el nombre con características reguladas que los diferencian claramente de otros), los programas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas.

**5. Políticas que buscan generar entornos adecuados para producir:** Estas políticas favorecen la dotación de servicios financieros (capital de riesgo, fondos de garantía y aval para pequeñas empresas) así como la infraestructura (de comunicación y transporte, como carreteras) y equipamientos básicos para el fomento de la productividad a nivel territorial.

### **1.3.6 El emprendimiento y su relación con el desarrollo económico local**

El emprendimiento como factor de desarrollo local actúa como un ente dinamizador de la economía. La generación de nuevas iniciativas empresariales en las comunidades está directamente vinculada con el crecimiento económico, permite crear nuevos puestos de trabajo, diversificar las actividades económicas, activar la competitividad, mayores niveles de calidad y valores agregados en el territorio.

Respecto a la relación de ambos conceptos, en el presente apartado se ha tomado como referencia la obra de la autora Formichella (2004), quien expresa que existe un círculo virtuoso entre estos dos conceptos y además defiende la necesidad de adaptar el emprendimiento a las especificidades propias de cada región para que actúe como factor favorable.

Formichella (2004) sobre la relación entre emprendimiento y desarrollo local, a partir de las ideas expuestas por los autores Say y Schumpeter plantea “El primero reconoce que la sociedad se beneficia con la existencia de emprendedores y el segundo expresa que por medio de las innovaciones reiteradas se logra un efecto dominó que provoca crecimiento y desarrollo socio-económico” (pág. 26).

Analizando lo anterior se puede deducir que la relación del emprendimiento con el desarrollo local promueve que las personas de una región desarrollen sus necesidades básicas, abarcando entre ellas las posibilidades para ampliar conocimientos provechosos, que les permitan crear su propia ocupación y capital y que además les permita mejorar su calidad de vida.

Cabe destacar que, a diferencia de la forma tradicional de buscar el desarrollo de una comunidad, en la que los lineamientos, la manera y la metodología surgen desde el exterior de la comunidad, el desarrollo local parte de las necesidades locales, de los recursos locales y de la decisión de los agentes locales (Formichella, 2004, pág. 26).

La relación trata de impulsar las habilidades de las personas y las posibilidades naturales del lugar donde residen, explotar las libertades elementales que poseen y retroalimentarlas a su favor. Es por ese motivo que el desarrollo local proyecta la necesidad de manejar todas las fortalezas existentes en el lugar, promueve la creación de empresas y la innovación concreta enfocada a la particularidad de cada territorio.

También tiene que articular entre lo económico, lo político y lo social y tomar conciencia de los efectos de estas articulaciones. Además, si bien el actor social no necesariamente está ligado a la toma de decisiones, él puede conectarse con los organismos encargados de ésta y articular las demandas sociales con los mismos, y

puede generar las condiciones necesarias para la toma de decisiones en torno a un proyecto (Formichella, 2004, pág. 27).

El actor social o agente de desarrollo asume un quehacer transformador, atendiendo y revelando las necesidades de la localidad para madurar nuevos procedimientos que respondan a las peticiones sociales. Debe investigar y organizar la exploración en conjunto de nuevos procesos, que ayuden a progresar a la colectividad hacia formas que les permitan reformar su calidad de vida.

Cuanto más agentes de desarrollo participen, más factible será el desarrollo local. Cuanto más actores de la comunidad se comprometan y trabajen activamente por el desarrollo local de la misma, más fácil será la construcción de redes, la comprensión de la realidad, y la visión de las fortalezas y debilidades del territorio (Formichella, 2004, pág. 27).

El proceso de crecimiento conlleva un alto nivel de coordinación y complementariedad para lograr que los distintos actores a través de un trabajo integral provean resultados eficientes sobre las necesidades existentes en el entorno. Se debe fortalecer la unión, la responsabilidad y los roles de los involucrados, en respuesta a la demanda actual de la comunidad.

#### **1.4 Marco legal**

En esta sección se presentan las normas y leyes que orientan la investigación. Se han recopilado los aspectos legales que respaldan los objetivos que se han planteado en el presente estudio. En general, la selección de este apartado permite presentar una referencia de la fundamentación legal que sustenta el desarrollo de la investigación. A continuación, se presentan los principales instrumentos normativos locales y nacionales, que contemplan disposiciones importantes para el proyecto.

La Constitución de la República (2008) establece:

En el artículo 258 que:

La provincia de Galápagos tendrá un gobierno de régimen especial. Su planificación y desarrollo se organizará en función de un estricto apego a los principios de conservación del patrimonio natural del Estado y del Buen Vivir, de conformidad con lo que la ley determine (pág. 85).

En el artículo 304, los objetivos de la política comercial, entre los que se incluye desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.

La Ley Orgánica de Régimen Especial de la Provincia de Galápagos, LOREG (2015) expone en sus artículos dos y cinco:

Art. 2.- Finalidades. Para alcanzar el Buen Vivir, esta Ley tiene las siguientes finalidades:

3. El desarrollo sostenible de la provincia de Galápagos, de acuerdo a sus límites ambientales y la resiliencia de los ecosistemas, y, el mejoramiento de la calidad de vida y del acceso a los servicios básicos de la población de la provincia de Galápagos, acorde con las condiciones y características excepcionales de dicho régimen especial y conforme a los planes aprobados por el Consejo de Gobierno del Régimen Especial de la provincia de Galápagos (pág. 3).

Art. 5.- Competencias del Consejo de Gobierno. Para el cumplimiento de sus fines, el Consejo de Gobierno del Régimen Especial de la provincia de Galápagos ejercerá las siguientes atribuciones:

20. Fomentar las actividades económicas y productivas provinciales en el marco de la sostenibilidad de territorio provincial (pág. 5).

El Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 (2009), plantea entre sus objetivos.

**Objetivo 8.** Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.

8.1 Invertir los recursos públicos para generar crecimiento económico sostenido y transformaciones estructurales.

8.2 Consolidar el papel del Estado como dinamizador de la producción y regulador del mercado.

8.4 Fortalecer la progresividad y eficiencia del sistema tributario.

d. Optimizar la cobertura y la aplicación de incentivos tributarios como instrumentos de apoyo efectivo a la política productiva.

8.10 Articular la relación entre el Estado y el sector privado.

a. Incentivar las inversiones nacionales y extranjeras, otorgándoles estabilidad en el tiempo y articulándolas a los objetivos nacionales de desarrollo.

c. Impulsar el financiamiento al desarrollo de nuevas industrias y/o sectores priorizados.

i. Aplicar incentivos sujetos a resultados al sector privado, hacia la inclusión productiva de los actores de la economía popular y solidaria y del sector rural (págs. 322-327).

**Objetivo 9.** Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.

9.1 Impulsar actividades económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos, y contribuir a la consecución del pleno empleo priorizando a los grupos históricamente excluidos.

b. Democratizar el acceso al crédito, financiamiento, seguros, activos productivos, bienes de capital e infraestructura productiva, entre otros, para fomentar el desarrollo y sostenibilidad de las actividades económicas de carácter asociativo y comunitario y su vinculación a cadenas productivas y mercados.

9.2. Promover el trabajo juvenil en condiciones dignas y emancipadoras que potencien sus capacidades y conocimientos.

b. Apoyar el desarrollo de los emprendimientos juveniles en ámbitos de financiamiento, capacitación, transferencia tecnológica y gestión empresarial.

c. Implementar incubadoras de proyectos, vinculadas a las prioridades del país que fomenten una cultura de emprendimiento.

f. Implementar estrategias para dignificar los autoempleos de subsistencia, propendiendo a su incorporación al sector laboral formal.

9.5 Fortalecer los esquemas de formación ocupacional y capacitación articulados a las necesidades del sistema de trabajo y al aumento de la productividad laboral.

b. Fomentar la colaboración tripartita (Estado-sector privado-trabajadores) en la planificación de la capacitación y la formación ocupacional que incremente la empleabilidad y la productividad laboral (págs. 347-350).

**Objetivo 10.**-Impulsar la transformación de la matriz productiva.

10.2 Promover la intensidad tecnológica en la producción primaria, de bienes intermedios y finales.

c. Crear y fortalecer incentivos para fomentar la inversión privada local y extranjera que promueva la desagregación, transferencia tecnológica y la innovación.

10.5 Fortalecer la economía popular y solidaria –EPS-, y las micro, pequeñas y medianas empresas en la estructura productiva.

g. Simplificar los trámites para los emprendimientos productivos y de servicios de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas.

10.8 Articular la gestión de recursos financieros y no financieros para la transformación de la matriz productiva

c. Impulsar incentivos para fomentar la inversión privada local y extranjera que promueva la desagregación, transferencia tecnológica y el desarrollo endógeno de los territorios (págs. 371-374).

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI (2017) establece en la normativa vigente en cuanto al emprendimiento lo siguiente:

Art. 1.- Ámbito. - Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

Art. 3.- Objeto. - El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

Art. 4.- Fines. - La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:

a. Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y eco-eficiente;

- b. Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria;
- c. Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas;
- d. Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales;
- e. Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores (pág. 2).

## 1.5 Marco conceptual

El marco conceptual integra los principales conceptos que se manejan en el proceso de investigación. Permite generar una visión de conjunto que sirve como apoyo, explica y clarifica los elementos que intervienen en el desarrollo del proyecto.

En la presente sección se expone un conjunto de términos vitales, que han sido seleccionados por su relevante importancia dentro del proyecto, con el fin de comprender, de mejor manera, el objeto de estudio.

A continuación, se listan los conceptos básicos que fundamentan el estudio:

**Emprendedor:** De acuerdo a Andy Freire (2004) “un emprendedor es una persona que detecta una oportunidad y crea una organización (o la adquiere o es parte de un grupo que lo hace) para encararla” (p. 27).

### **Autonomía Financiera:**

La autonomía financiera indica el porcentaje del total de solicitudes de las empresas, incluidas las inversiones en bienes de inversión, inversiones financieras, inversiones en stocks, préstamos a clientes, etc., que fue financiado por el capital en poder de la empresa, es decir, los llamados capitales propios. Este concepto es muy útil en la evaluación de riesgo financiero a largo plazo, ya que proporciona información sobre la

estructura financiera de la empresa y de su capacidad para cumplir con sus compromisos hacia financieras a largo plazo (Nunes, 2015, párr. 2).

**Competitividad:** “Capacidad de una empresa u organización, de cualquier tipo, para desarrollar y mantener unas ventajas comparativas que le permitan disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socio económico en que actúa” (Pérez, 2008, párr. 3).

#### **Crecimiento Económico:**

El crecimiento económico se define como el incremento en la utilidad, o el valor de los bienes y servicios finales, producidos por una economía (de un país o región) en un lapso de tiempo específico (frecuentemente de un año). Este concepto se ocupa principalmente en las características y factores que influyen en dicho crecimiento (Concepto definicion, 2016, párr. 1).

**Demografía empresarial:** “Estudia los ciclos de nacimiento, crecimiento, desarrollo, declinación y mortalidad individual o colectiva de las empresas, ya sea esto por actividad económica, sector, tamaño entre otras variables” (Fundacionprogresamos, 2016, párr. 1).

#### **Desarrollo Comunitario:**

Un método de intervención que incorpora a todos los agentes que conforman la comunidad, estableciendo procesos de participación y articulación entre la población y las instituciones (fundamentalmente las estructuras municipales, aunque no únicamente) que, potenciando un proceso pedagógico, y las capacidades participativas de los actores y de las estructuras mediadoras (técnicos, profesionales y entidades sociales), permita encaminarse a alcanzar unos objetivos comunes y predeterminados para mejorar las condiciones económicas, sociales y culturales de las comunidades, y cuyos resultados puedan ser evaluados de forma continuada (Camacho, 2012, pág. 209).

**Iniciativa Empresarial:** “Es el acto de establecerte por tu cuenta y comenzar un negocio en lugar de trabajar para el negocio de alguien más” (Kimmons, 2017, párr. 1).

#### **Proceso Endógeno:**

El desarrollo endógeno es, por lo tanto, una interpretación que tiene características propias. Cuando se la compara con los modelos de crecimiento endógeno, se aprecia que tiene similitudes y diferencias notables con ellos. La teoría del desarrollo endógeno y los modelos de crecimiento endógeno aceptan que existen diferentes sendas de crecimiento de las economías en función de los recursos disponibles y de la capacidad

de ahorro e inversión, que los rendimientos de los factores pueden ser crecientes, que el progreso tecnológico es endógeno en los procesos de crecimiento y que existe un espacio para las políticas de desarrollo industrial y regional (Vázquez Barquero, 2007, pág. 187).

**Sistema Productivo Local:** “Los Sistemas Productivos Locales (SPL) son empresas asociadas y localizadas en un territorio. Se asocian en la realización de actividades para lograr objetivos comunes. Las empresas asociadas pueden ser del mismo sector o de una cadena de valor” (Naclerio, 2008, pág. 2).

**Sostenibilidad Económica:** Barrios (2010) se refiere a la sostenibilidad económica como un crecimiento económico interrelacionado con la sustentabilidad ambiental y la sostenibilidad social. “En síntesis, el logro del desarrollo humano sustentable será resultado de un nuevo tipo de crecimiento económico que promueva la equidad social y que establezca una relación no destructiva con la naturaleza” (párr. 37).

## **CAPÍTULO II: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

## 2.1 Métodos de investigación

El proceso de investigación es de carácter descriptivo y utiliza metodologías de tipo cualitativo y cuantitativo. En relación a las categorías de tiempo y espacio, el estudio abarca el periodo del 2015 al 2018, en la isla Santa Cruz, Galápagos.

La siguiente tabla relaciona los diferentes tipos de metodologías a utilizar:

Tabla 5. Tipos de metodología

<b>Apartado</b>	<b>Metodología</b>	<b>Definición</b>
Tipos de estudio	Descriptivo	Su principal objetivo es describir los fenómenos y delimitar los hechos que confirman el problema de investigación.
	Método deductivo	Parte de datos generales aceptados como válidos y por medio del razonamiento lógico se deducen varias suposiciones.
	Método inductivo	Obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares.
	Método analítico	Descompone al todo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos.
Métodos de investigación	Método sintético	Reconstruye un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis

Fuente: (Álvarez, 2017)

Elaboración: Faride Hotaki

La tabla presentada muestra los tipos de metodología utilizadas en el presente estudio y su caracterización. Se ha desarrollado una investigación descriptiva relacionada al tema de la iniciativa empresarial, que pretende describir las situaciones del entorno para relacionar las variables que intervienen, analizar, interpretar y finalmente extraer generalizaciones que aporten al conocimiento.

Los métodos de investigación utilizados en este proyecto funcionan como una herramienta hacia la consecución de los objetivos. Los razonamientos deductivo e inductivo, parten de distintas premisas, el primero se enfoca en las observaciones sobre fenómenos generales para generar conclusiones específicas, mientras que el segundo observa la naturaleza particular de los elementos para generalizar los hechos.

El método analítico –sintético se basa en la comprensión del todo a partir del conocimiento de la naturaleza de las partes. En el presente proyecto, se estudian los hechos a partir de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para analizarlas individualmente y luego integrarlas para su síntesis.

## 2.2 Población y muestra

La población o universo en este trabajo se le denomina al total de las microempresas que armonicen con las descripciones que se determinan en la investigación, en el caso del presente estudio, se encuentra compuesta por un total de 733 emprendimientos aperturados y activos en el período desde 2015 al 2017 en la isla Santa Cruz.

Tabla 6. Población a considerar en el estudio

<b>Actividad</b>	<b>Negocios Registrados</b>	<b>Cerrados</b>	<b>Negocios Activos</b>
Comercial	611	76	535
Turística	100	5	95
Artesanal	70	1	69
Agricultura-Ganadería	19	1	18
Pesca	17	1	16
<b>Total</b>	<b>817</b>	<b>84</b>	<b>733</b>

Fuente: (Catastro de Patentes del Municipio Santa Cruz, 2017)

Elaboración Faride Hotaki

Para obtener una muestra representativa a la cual aplicar el cuestionario confeccionado, se desarrolló un muestreo aleatorio simple conociendo el total de la población a considerar, aplicando para ello la siguiente fórmula:

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

Fuente: (López Menéndez & Pérez, 2011)

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

e= Error máximo permisible

Z= Nivel de confianza deseado

p= Proporción de la población con la característica deseada (Éxito)

q= Proporción de la población sin la característica deseada (Fracaso)

En la siguiente tabla se expone el cálculo para determinar el tamaño de la muestra que se utilizará en la encuesta:

Tabla 7. Cálculo del tamaño de la muestra

Variable	Descripción	Resultados
Tamaño de la población	Total de unidades de las cuales se puede seleccionar su muestra aleatoria.	733 empresas activas creadas en los últimos 3 años (2015 al 2017) en la isla Santa Cruz.
Margen de error aceptado	Cantidad de error tolerable.	5%
Nivel de confianza	Porcentaje de seguridad para generalizar los resultados obtenidos.	95%, Z= 1,96
Variabilidad conocida	Porcentaje con el que se aceptó y se rechazó la hipótesis que se quiere investigar en alguna investigación anterior Se toma la máxima variabilidad $p=q=50\%$ (no existen antecedentes de la investigación).	50%
Tamaño de muestra obtenido	Tamaño mínimo recomendado para la muestra de su estudio.	253 empresas

Fuente y elaboración: Faride Hotaki

La tabla contiene la descripción de la población bajo estudio, la cual está compuesta por 733 empresas aperturadas y activas. Se ha aceptado un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%.

La muestra ha sido seleccionada de la población bajo investigación, a través de una técnica de muestreo probabilístico: muestreo aleatorio simple, donde cada elemento de la población finita posee la misma probabilidad de ser seleccionado. El tamaño de muestra obtenido corresponde a los emprendimientos seleccionados de manera aleatoria. Como resultado, se obtiene un total de 253 emprendimientos, a los cuales estará enfocada la encuesta, como herramienta fundamental de esta investigación.

### 2.3 Técnicas e instrumentos para la recolección de información

Se utilizaron diversas técnicas primarias como las entrevistas y encuestas que permitieron obtener información directa y verídica para la obtención de resultados eficientes, y secundarias como la revisión documental que permitieron un análisis profundo, teniendo en

cuenta los antecedentes existentes sobre la investigación que se realiza. Se utilizaron herramientas estadísticas para procesar y analizar la información recopilada mediante los instrumentos mencionados.

Para desarrollar la encuesta se tomó la muestra de la población empresarial del sector, con el objetivo de recopilar las variables y factores que influyen directamente en la dinámica de la iniciativa empresarial local. Se realizó directamente a dueños de emprendimientos aperturados en el periodo de los últimos 3 años (2015-2017), respaldado en un cuestionario preelaborado con preguntas concretas enfocadas a las necesidades investigativas.

La estructura del cuestionario (Ver Anexo Nro. 1) está compuesta por una sección inicial que recoge la información personal del entrevistado y 22 preguntas mixtas (abiertas y cerradas), dirigidas a cada emprendedor. Las interrogantes están agrupadas por temáticas, establecidas en función de los objetivos propuestos, dividiendo el cuestionario en cuatro bloques para conocer de manera sistémica los factores que influyen en la iniciativa empresarial local:

- Información general: recoge datos personales de género, edad y nivel de escolaridad para caracterizar al entrevistado.
- Desarrollo comunitario: enfocado a obtener resultados de los diversos aspectos de la comunidad emprendedora y su desarrollo local, relacionado con la caracterización de los negocios, motivación y percepción de los emprendedores y actividades de capacitación.
- Sostenibilidad económica: se direcciona a recopilar indicadores sobre el crecimiento y desarrollo económico actual en el territorio, tales como fuentes de financiamiento disponibles, barreras de entrada al mercado y cierre de negocios. Se centra en identificar necesidades y analizar las debilidades y fortalezas locales respecto a la iniciativa empresarial desde una perspectiva de sostenibilidad.
- Sistema productivo local: intenta recoger información de las redes empresariales existentes en la comunidad, su participación y aporte al crecimiento local. Se orienta a explorar el nivel de encadenamiento productivo existente entre los principales actores del emprendimiento y su articulación en el mercado local.

La entrevista (Ver Anexo Nro. 2) se realizó de modo dirigido y planificado a partir de una guía de preguntas desarrolladas a representantes públicos de los diferentes sectores de la isla Santa Cruz (Ver Anexo Nro. 4). Está compuesta de 5 preguntas, enfocadas principalmente al apoyo que reciben los emprendedores de las distintas instituciones privadas y públicas.

Tabla 8. Técnicas e instrumentos para la recolección de la información

Técnica	Definición
Recopilación documental	Recolección de información antes, durante y después de la investigación. Se apoya en la recopilación de antecedentes a través de fuentes bibliográficas, magnéticas e iconográficas.
La entrevista	Técnica que facilita el contacto directo con el entrevistado. Tiene funciones de diagnosticar, orientar e investigar. Se realizará a directivos de los sectores que más aportan a la micro empresa.
Encuesta	Se basa en un cuestionario preelaborado enfocado a las necesidades investigativas. Contiene preguntas concretas para obtener resultados precisos, que faciliten una rápida tabulación, interpretación y análisis de la información recopilada. Se realiza a dueños de emprendimientos aperturados recientemente.

Fuente: (Álvarez, 2017)

Elaboración: Faride Hotaki

El procesamiento de datos es una técnica que permite acumular y procesar los datos para generar información significativa sobre una investigación. Consiente manipular los elementos, evaluarlos y ordenarlos, para posteriormente analizarlos. La información procesada sirve como base para la toma de decisiones y análisis de los resultados de la investigación.

Se aplicó el programa sistematizado “Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales” (SPSS), donde se maneja gran cantidad de información estadística. Tiene capacidad de realizar diversas funciones de recolección, análisis y procesamiento de datos, y además posee una interfaz muy sencilla y fácil de manejar.

Se utilizan procedimientos de la estadística descriptiva para organizar y clasificar en tablas de distribución de frecuencias y gráficos, los indicadores cuantitativos obtenidos en la medición efectuada a través del cuestionario aplicado. Todo ello se llevó a cabo con la utilización de escalas, para convertir datos cualitativos en cuantitativos en la valoración de determinadas cualidades del problema que se investiga.

### **Límites de la investigación**

Se considera que la investigación puede verse afectada principalmente por la escasa información existente acerca del tema a investigar dada su novedad, la falta de monitoreo de los niveles de emprendimiento en los sectores económicos y el gran porcentaje de emprendimientos informales que se generan; lo que puede provocar cierta inexactitud en el momento de considerar a todos los emprendimientos involucrados en el estudio. Además, en el acto de responder la encuesta, los entrevistados se mostraron reacios a declarar temas referentes a la aportación de datos económicos y financieros, relacionados con los montos de apertura, ganancias etc.

### **CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS**

### 3.1 Resultados de la entrevista

Como resultado de la entrevista aplicada (ver cuestionario Anexo. No. 1), a representantes de instituciones locales (ver Anexo. No. 4) se obtuvieron las siguientes conclusiones:

Algunas de las instituciones que brindan facilidades, apoyan y asesoran a los emprendedores para conseguir fondos, asistencia técnica, capacitaciones y en general influyen en el desarrollo de la iniciativa empresarial local son:

- Banco BanEcuador: ofrece créditos con intereses más bajos
- Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)
- Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES)
- Junta Provincial de Defensa del Artesano.
- Asociaciones gremiales
- Cámaras de comercio y turismo
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal
- Ministerio de Educación
- Ministerio de Turismo
- Ministerio de Agricultura y Ganadería

Los factores fundamentales que frenan el emprendimiento en la isla Santa Cruz son los siguientes:

- La migración: La entrada de personal del continente afecta el empleo de los trabajadores residentes. En el caso de los artesanos, limita principalmente a las ramas afines a la construcción civil, diseño gráfico y actividades de corte y confección.
- Competencia desleal (comerciantes contra productores): El primero vende productos importados a menor costo, el segundo produce con materia prima local a mayor costo.
- Mano de obra barata de residentes temporales contratados desde el continente.
- Falta de apoyo de entidades gubernamentales e instituciones competentes.
- Existen pocos espacios destinados a la exhibición y venta de artículos de productores locales.
- Los altos costos de la materia prima e insumos para producir productos locales.
- Carencia de materia prima (variedad, cantidad y calidad).
- Presencia de comerciantes que venden productos importados desde el continente o el exterior a precios más bajos.

- La ausencia de una marca o sello de producción local que certifique el origen del producto y defienda la propiedad intelectual de los productores locales.
- Falta de apoyo de la ley de mercado local a los productos locales, ausencia de normas que exijan a los comerciantes vender cierto porcentaje de su mercadería proveniente de proveedores locales.
- Bajo presupuesto gubernamental para ofrecer capacitaciones y dar cobertura a los diversos tipos de emprendimiento.
- La costosa sustentación de un negocio, mínimo \$2200.00 mensuales para cubrir gastos de arriendo, mano de obra y gastos administrativos.

En referencia a los principales factores que promueven el emprendimiento en la isla se exponen: las distintas convocatorias a actividades de formación, exoneraciones de impuestos en dependencia de la actividad principal que desempeñe el negocio, fuentes de financiamiento otorgadas por entidades financieras, la asistencia técnica que apoya a los productores, entre otras.

#### **Desempeño de las instituciones con enfoque al emprendimiento:**

Las instituciones declaran tener compromiso en el apoyo directo a los emprendedores para promover la iniciativa empresarial, en cada una de sus áreas están enfocadas en el fortalecimiento de los emprendimientos. Actualmente se encuentran trabajando en el desarrollo de estrategias, para lograr mejoras en el desempeño de los negocios de los distintos sectores, principalmente el turístico, promocionando la participación activa de sus actores, promoviendo su formación e iniciativas sosteniblemente.

#### **Cartera de actividades que promueven y desarrollan las instituciones locales como apoyo a la iniciativa empresarial:**

- Apoyo en formación y asistencia a emprendimientos principalmente del sector turístico, capacitando a sus actores en temas de servicio y calidad.
- Capacitaciones extendidas a nivel local y de forma gratuita, que desarrollan temas de interés para el crecimiento y la sostenibilidad de los negocios, a partir de temas relacionados con administración y gestión de empresas.
- Planificaciones futuras de brindar cursos de formación más especializada y con mayor frecuencia, para promover la participación e integración de los actores del emprendimiento.
- Desarrollo de consultorías, asesorías y actividades de acompañamiento, enfocadas al crecimiento de la productividad en la isla. Se extienden este tipo de actividades

principalmente a productores, en vías de aumentar los niveles de producción local y disminuir la dependencia alimentaria de la región continental.

**Participación de los emprendedores en actividades de formación y capacitaciones:**

Se evidencia baja participación de los emprendedores cuando son convocados a actividades de formación, a pesar de su gratuidad.

Referente a la capacitación extendida por parte del Municipio local en el año 2017:

Explica la licenciada su inconformidad y estima relevante mencionar la cantidad de participantes que asistieron (94 emprendedores), que pese a la gratuidad y la invitación abierta que se llevó a cabo de manera personalizada (vía electrónica) y pública (medios de difusión), no superó los 100 emprendedores. Si se analizan las personas que asistieron frente a la cantidad total de emprendedores que actualmente poseen negocios activos, 2363 según el Catastro de Patentes del Municipio Santa Cruz (2017), el porcentaje de asistencia fue del 4%. Los sectores turístico y agropecuario protagonizaron la participación en el evento.

### 3.2 Resultados de la encuesta

En el presente proyecto, la encuesta se ha utilizado como una importante herramienta para obtener información directa de los actores principales del emprendimiento. A continuación, se presentan los resultados representados mediante figuras, a modo de facilitar su interpretación y análisis. Para estudiar los datos a través de tablas de frecuencias, ver el Anexo Nro. 5.

#### Información General

##### Edad:

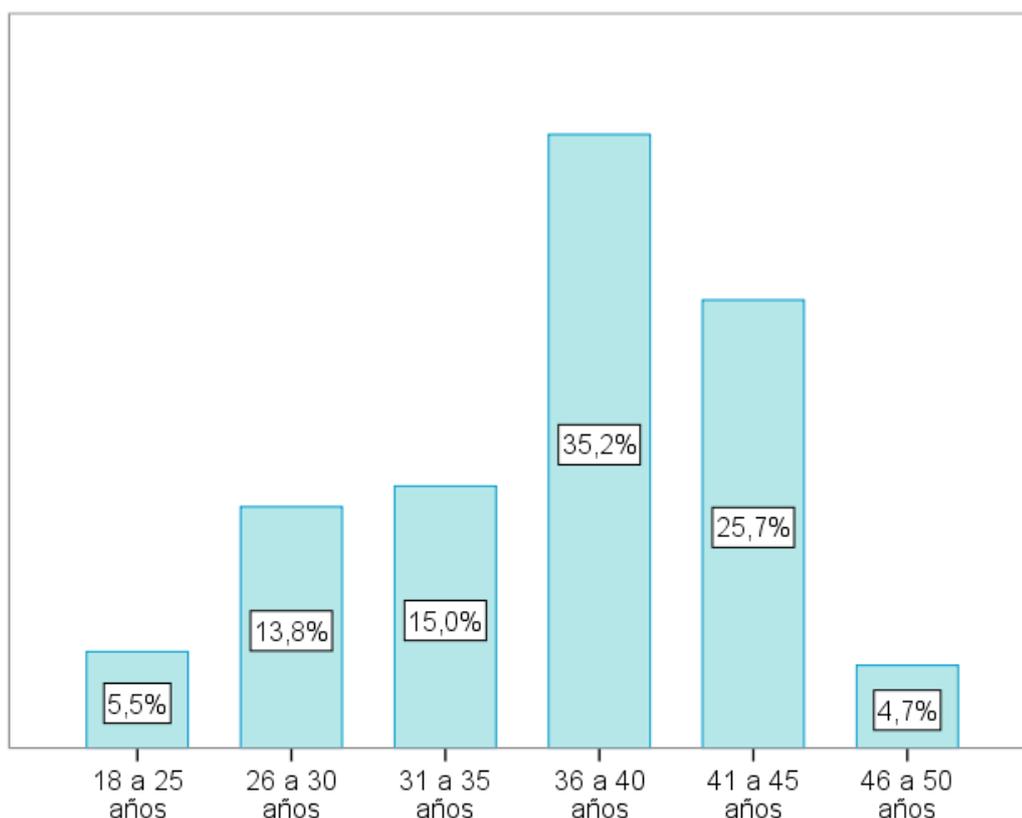


Figura 2. Edad de los emprendedores entrevistados

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

La figura anterior contiene información sobre la edad de los emprendedores encuestados, en esta se refleja que el mayor número de personas tiene entre 36 y 40 años, representando el 35.2% de la muestra, lo que señala que los emprendimientos en Santa Cruz en el período analizado son iniciados por personas relativamente jóvenes.

**Género:**

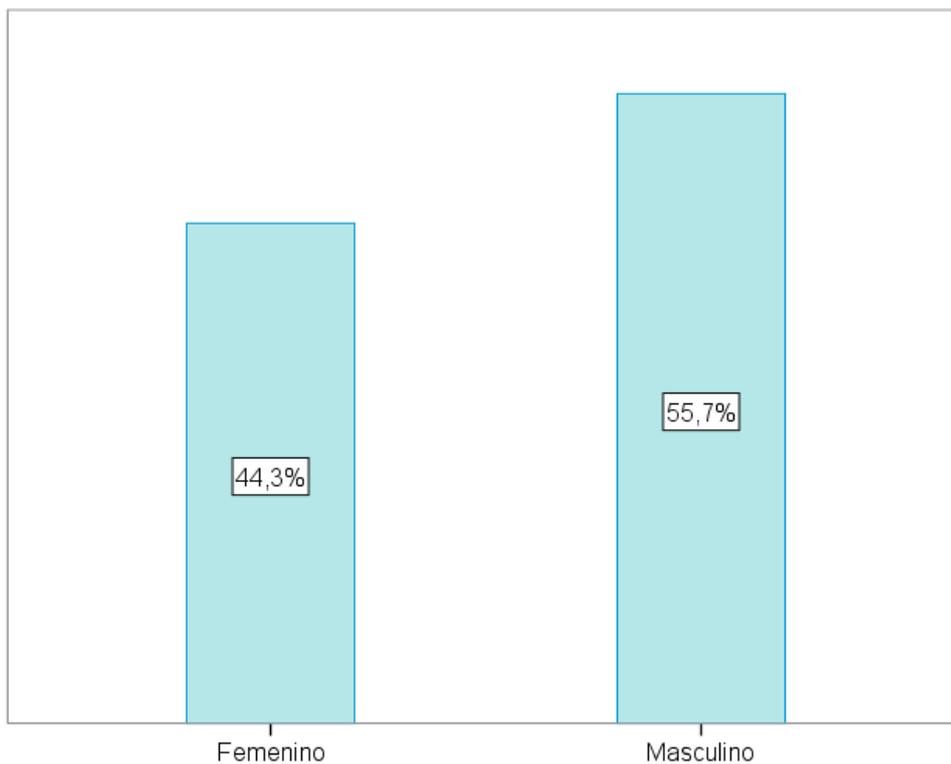


Figura 3. Género de los emprendedores entrevistados

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Respecto al género de los emprendedores, la figura muestra que prevalece el sexo masculino, representados por un 55.7%. Analizando ambos porcentajes, se evidencia una ligera mayoría de hombres que representan emprendimientos frente a las mujeres, es decir, no se refleja una notoria diferencia entre los hombres y mujeres que deciden aperturar nuevos negocios.

**Nivel de escolaridad:**

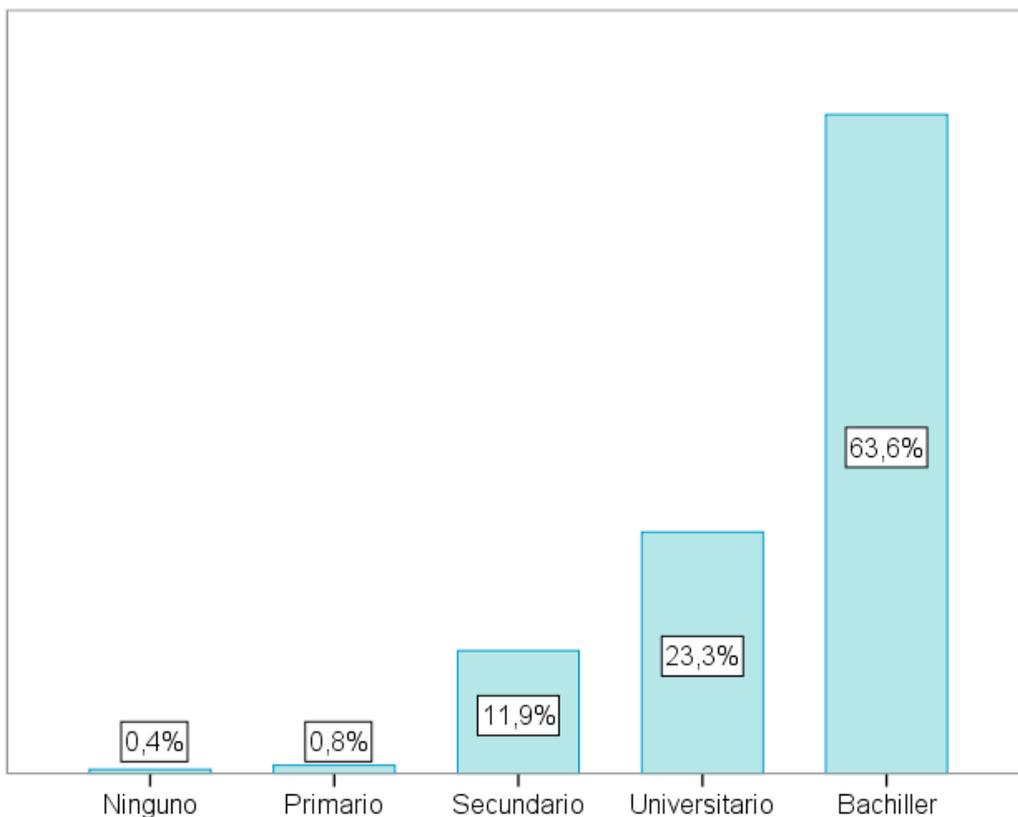


Figura 4. Nivel de escolaridad de los emprendedores entrevistados

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

La presente figura contiene información sobre el nivel de escolaridad que poseen los emprendedores entrevistados. Se permite apreciar que el nivel educacional predominante es el bachillerato con el 63.6%, seguido por los estudios de tercer nivel que muestran un valor del 23.3%, indicando que el nivel académico en la mayoría de los emprendedores se encuentra en el bachiller.

## Desarrollo comunitario

### 1. Periodo de actividad de los negocios aperturados:

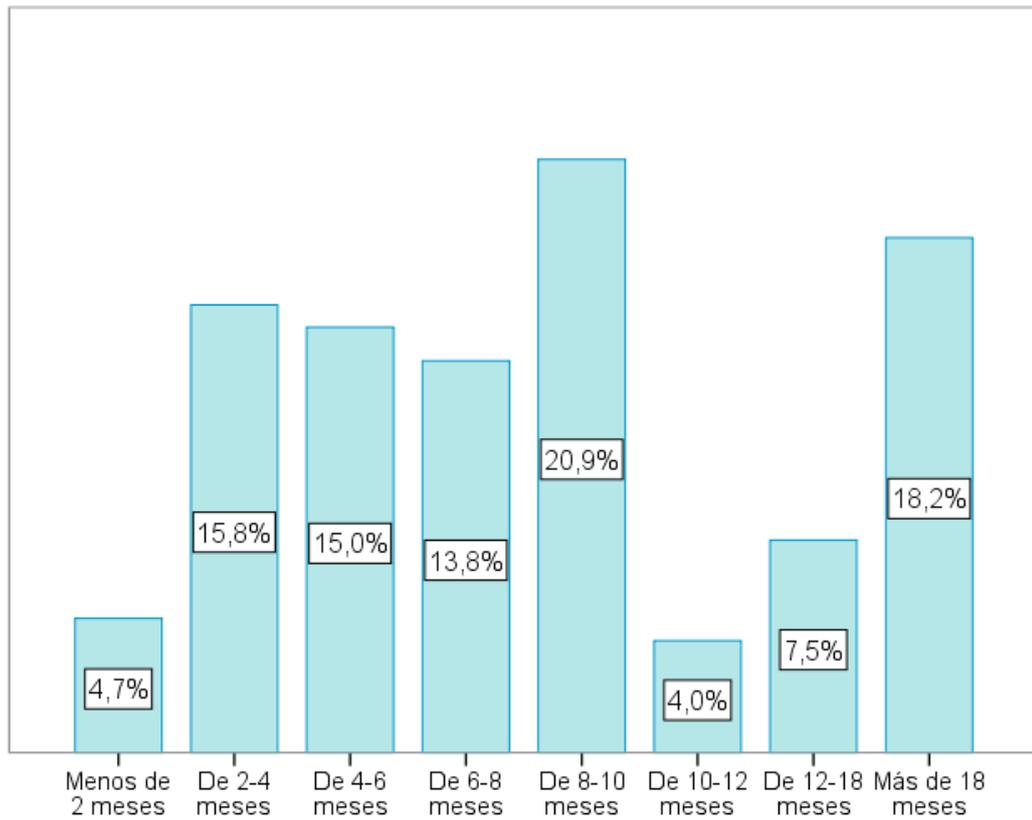


Figura 5. Periodo de actividad de los emprendimientos

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

La información que muestra la presente figura está relacionada con el período de funcionamiento del negocio. En relación a esta variable, se refleja que el mayor porcentaje, 20.9%, está representado por los emprendimientos que tienen un periodo de actividad entre 8 a 10 meses, mientras que el 18.2% ha logrado que su negocio esté activo por más de dieciocho meses. El tercer lugar, con 15.8%, lo ocupan los negocios que han sido creados hace muy poco tiempo, de 2 a 4 meses.

## 2. Motivación inicial del negocio:

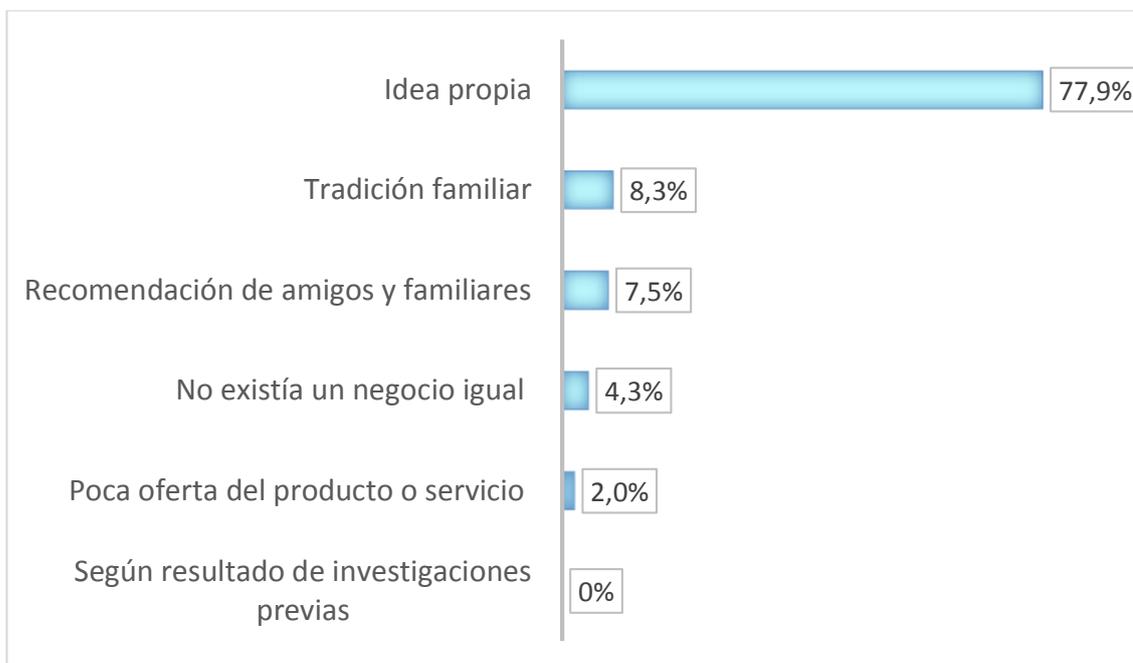


Figura 6. Motivación inicial del negocio

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Los emprendedores locales frente a la creación de nuevos negocios se muestran motivados, mayoritariamente, por idea propia, representados por el 77,9% de los encuestados, predominando las opiniones referentes a gustos y preferencias por algún sector en específico, como el comercial y el turístico, que ofrecen mayores oportunidades de ingresos.

Con menor representación los negocios por tradición familiar con el 8,3% y con alguna aceptación, los negocios aperturados recomendados por amigos y familiares con el 7,5%.

La figura refiere una respuesta nula frente a los negocios aperturados como resultado de investigaciones previas. Reflejando que los emprendedores locales no consideran este tipo de herramienta como opción para verificar la viabilidad de los proyectos en el mercado, basándose preferentemente en técnicas y metodologías sustentadas en la experiencia y conocimientos personales.

Se puede concluir entonces que la apertura de negocios como resultado de ideas propias de los emprendedores se destaca frente a otras opciones, reflejando la cultura de emprendimiento, determinación y creatividad que los caracteriza.

3. Clasificación según el tipo de actividad económica principal que desempeña el negocio:

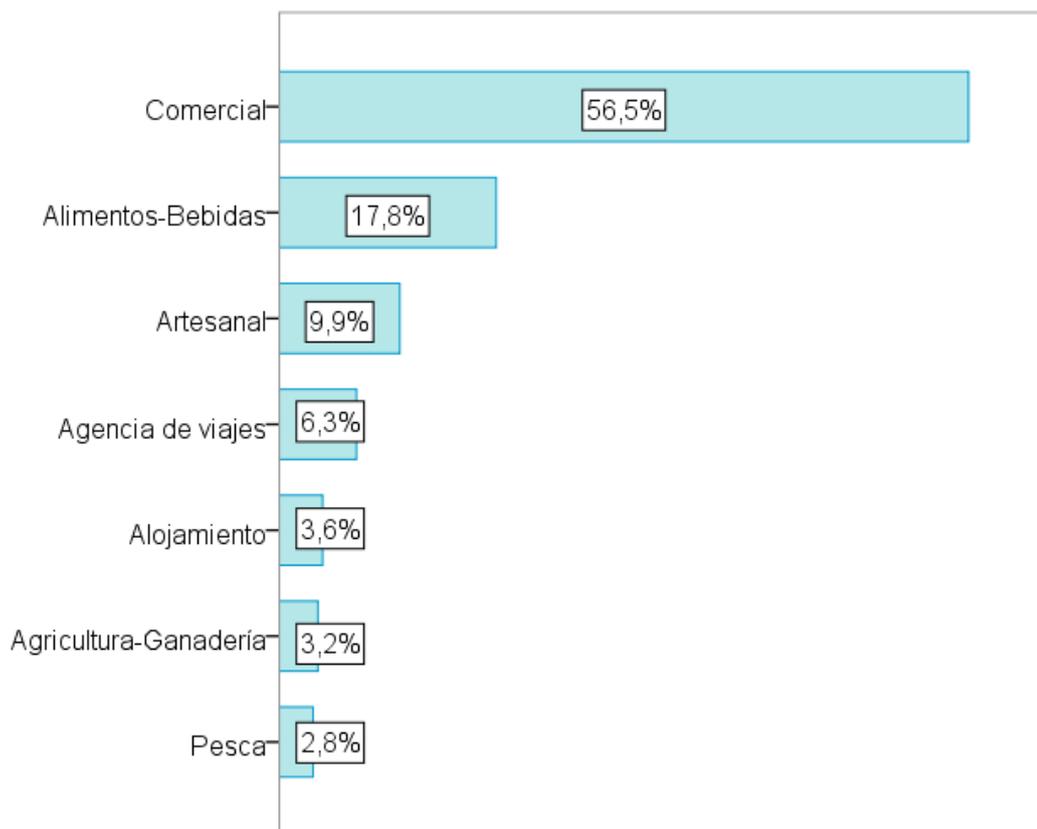


Figura 7. Clasificación del negocio según la actividad económica

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

La presente figura expone a los negocios clasificados según la actividad económica que realizan. Del resultado se obtuvo que la mayor cantidad de negocios abiertos en el período corresponde al sector comercial con el 56,5%, revelando la gran participación de este en el aparato productivo local. En segundo y tercer lugar, se ubican los negocios dedicados al procesamiento de alimentos y bebidas con un 17.8 % y el sector artesanal en un 9.9%, mientras que las agencias de viajes representan el 6,3% y los alojamientos un 3,6%. En menor medida se abren negocios dedicados a la agricultura-ganadería y pesca, con un 3.2% y 2.8% respectivamente.

#### 4. Clasificación / forma de apertura del negocio:

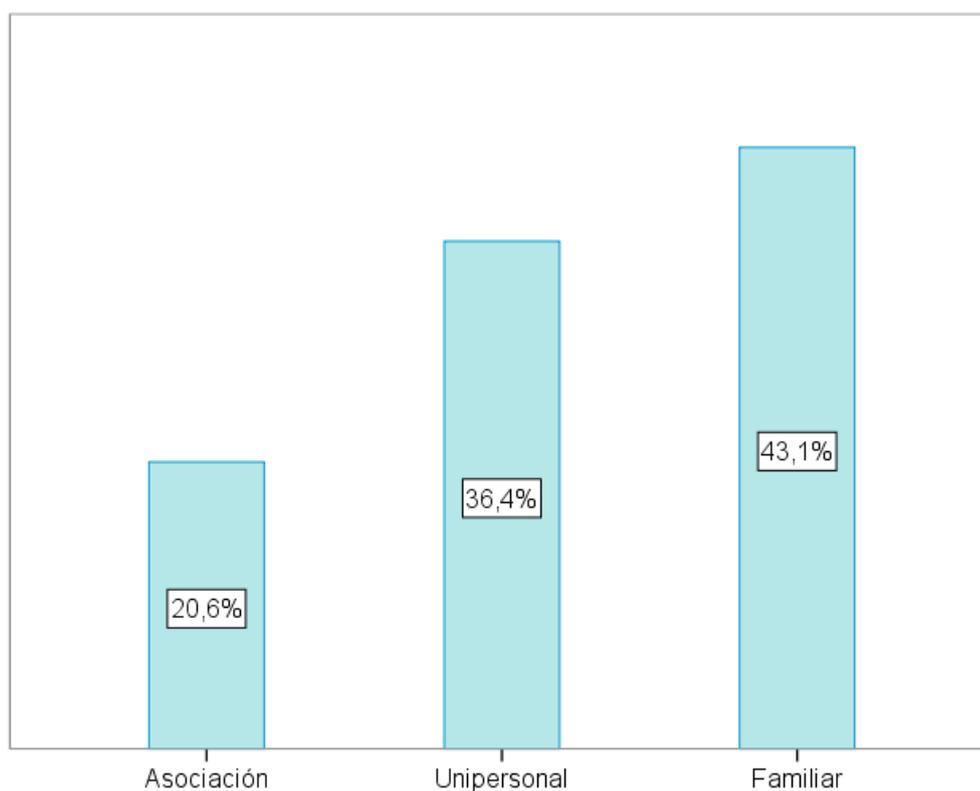


Figura 8. Clasificación de los emprendimientos según su asociatividad

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Los resultados se han clasificado según la forma de apertura del negocio y evidencia que predomina el negocio familiar, con el 43,1% de aceptación entre los participantes. En segundo lugar, se observa la apertura de muchos negocios unipersonales, modalidad que representa el 36.4%, mientras que las asociaciones representadas en un 20.6%, tienen menor aceptación frente a las otras dos opciones.

5. Emprendedores que han recibido algún tipo de capacitación:

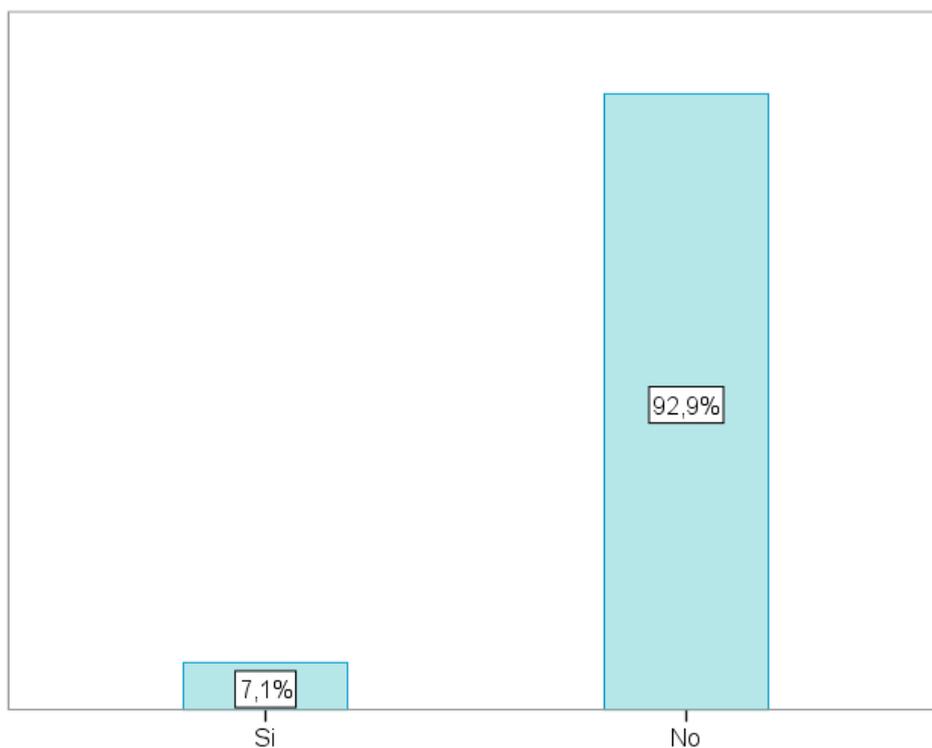


Figura 9. Emprendedores capacitados

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

En referencia a la formación que reciben los emprendedores, la figura refleja que el 92,9% no ha participado en este tipo de actividades. Este porcentaje frente al 7.1% restante, que afirma haber recibido asistencia y formación en algún momento, evidencia que en su mayoría no están familiarizados con las actividades educativas y las instituciones coordinadoras.

6. Instituciones u organizaciones que han capacitado a los emprendedores:

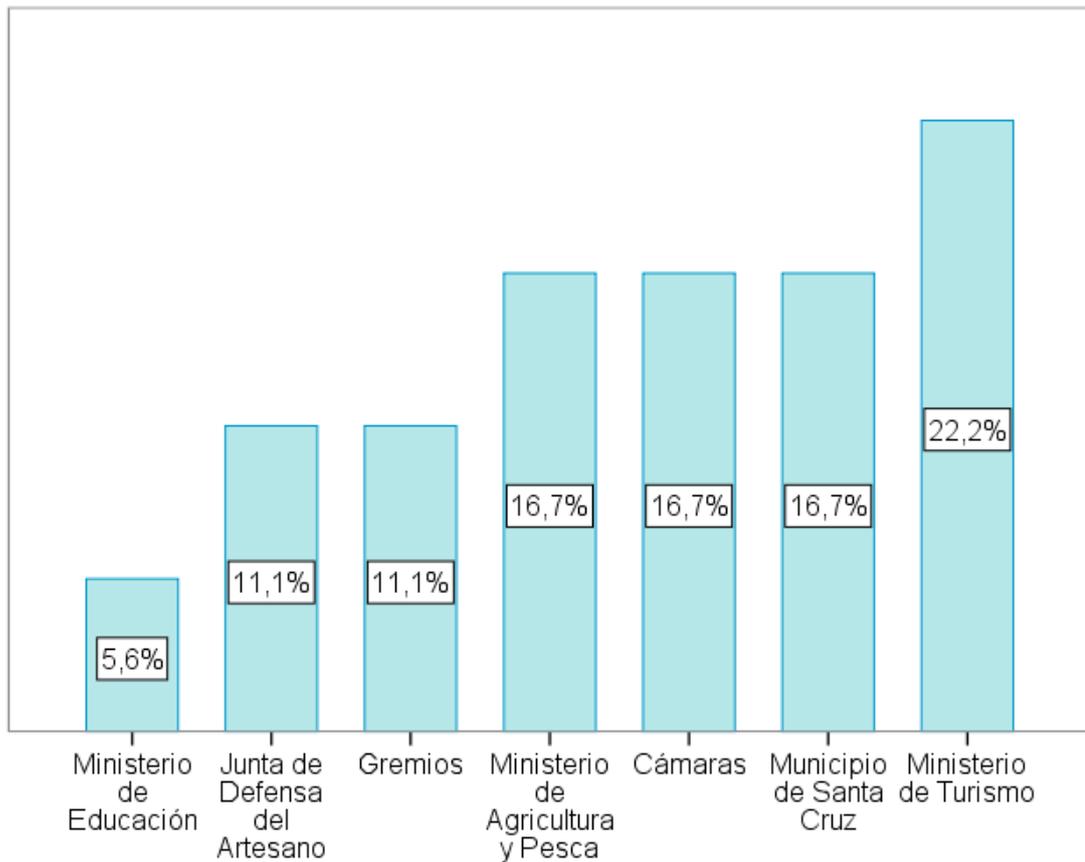


Figura 10. Instituciones capacitadoras

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

La figura muestra las instituciones coordinadoras públicas y privadas, que han extendido actividades de capacitación y formación a los emprendedores de negocios locales, teniendo en cuenta que solo el 7.1% de los encuestados accedieron en algún momento a capacitación (Figura. Nro. 9). El Ministerio de Turismo en primer lugar, ha sido promotor de estas actividades en un 22.2%, mientras que el Municipio, las Cámaras y el Ministerio de Agricultura y Pesca han ofertado capacitación en un 16.7%. En menor medida afirman recibir asistencia de los gremios, Junta del Artesano y Ministerio de Educación.

7. Interés de los emprendedores en recibir capacitación y/o asistencia técnica:

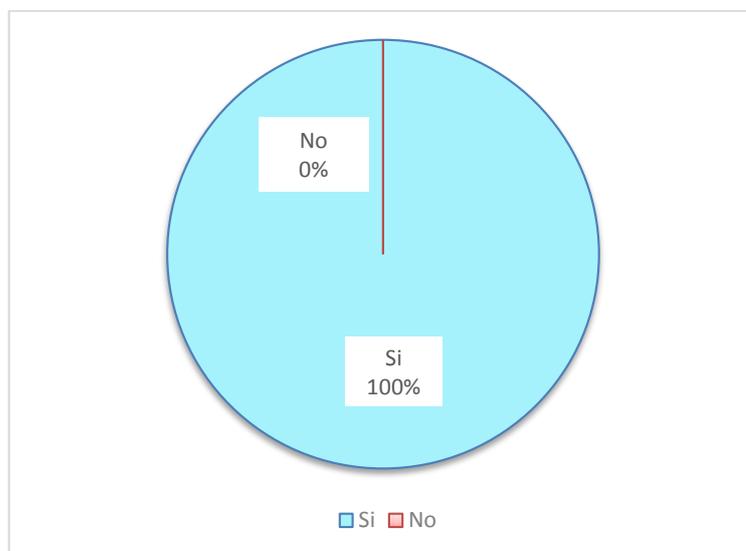


Figura 11. Interés de los emprendedores en recibir capacitación

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Respecto al interés en recibir capacitaciones, actividades de formación y asistencia técnica por parte de las instituciones competentes, el 100% de los emprendedores declara estar de acuerdo, aunque prefieren que sea gratuita o a precios cómodos, advierten que si fuera costosa no podrían asistir.

## 8. Temáticas de interés de los emprendedores para recibir capacitación:

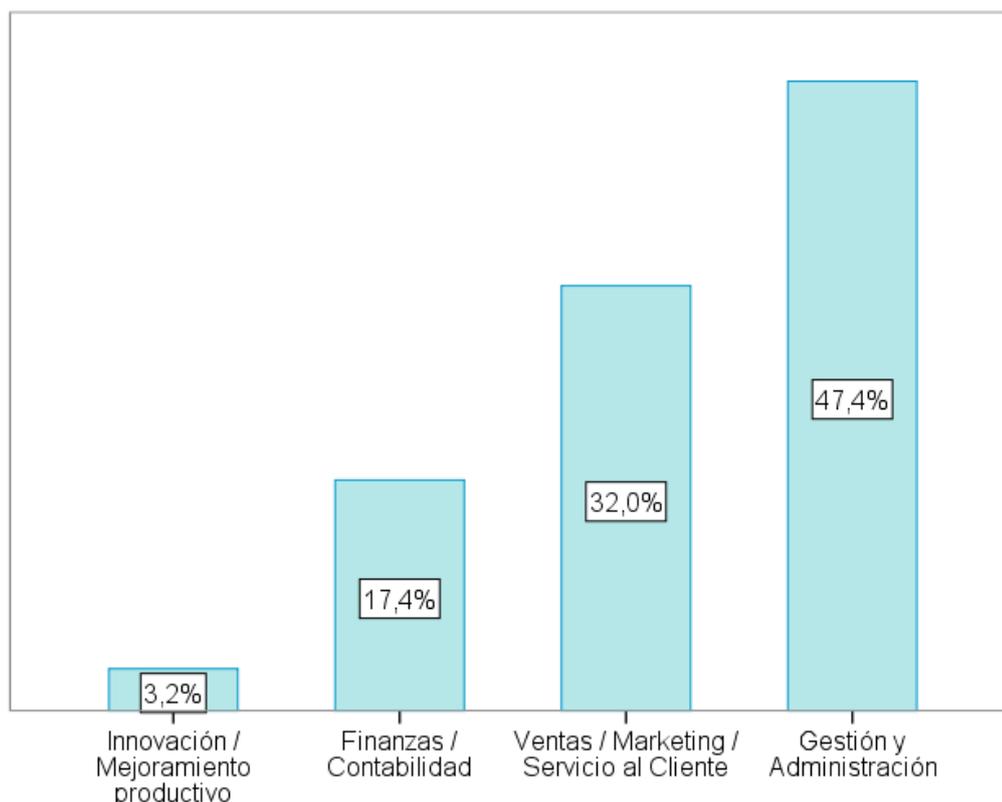


Figura 12. Temas de interés para capacitación

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

En referencia a las temáticas de interés para recibir formación, el 47.4% de los encuestados se muestran interesados en adquirir conocimientos administrativos y de gestión, principalmente para mejorar la dinámica de su negocio, mientras que al 32% de los consultados prefieren cursos de ventas y servicio al cliente; sobre todo actividades de marketing para promocionar su producto o servicio, y evitar incurrir en la contratación de este tipo de servicios que generalmente es costoso. El 17.4% se muestra interesado en la formación relacionada con finanzas y contabilidad, este grupo expone preferencia en manejar las operaciones de sus cuentas en vez de confiarlas a terceros. Solamente el 3.2% restante, se encuentra interesado en temas de innovación y mejoramiento productivo. También comentan que las capacitaciones deben ser enfocadas en temas que estén directamente relacionados con la actividad que realizan.

## Sostenibilidad Económica

### 9. Tipo de financiamiento utilizado para aperturar el negocio:

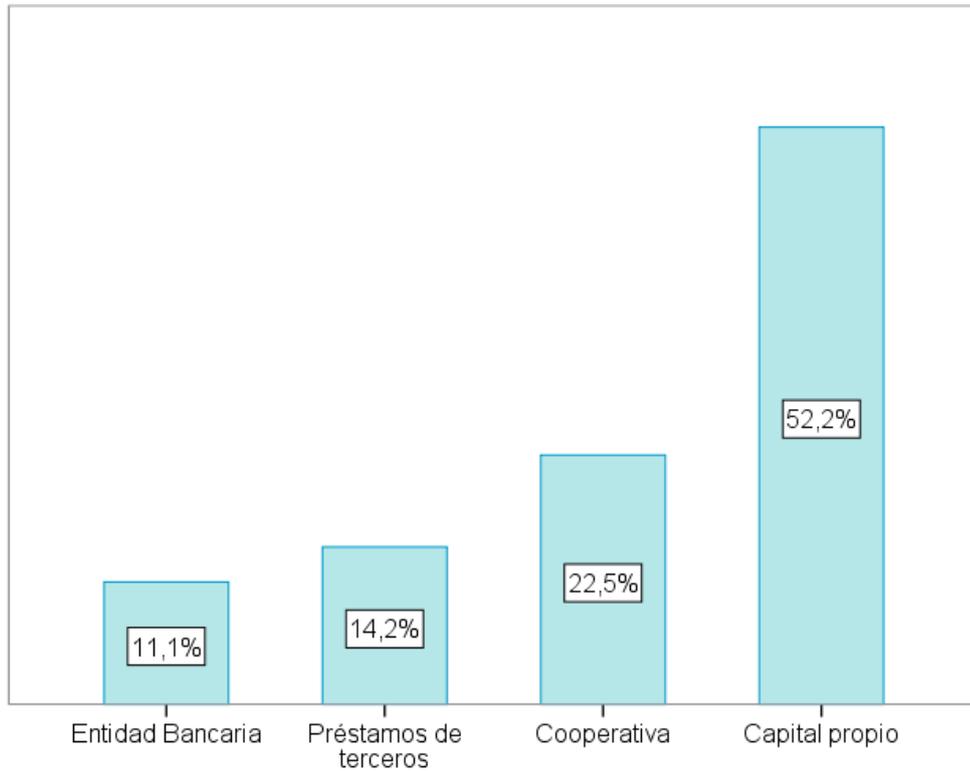


Figura 13. Fuentes de financiamiento

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

En relación al tipo de financiamiento utilizado por los nuevos negocios, se refleja en los resultados que en Santa Cruz estos se aperturan generalmente con capital propio en un 52.2%, mientras que un 22.5% solicita algún préstamo a cooperativas, un 14.2% pide préstamos a terceros y en menor medida, se realizan solicitudes de préstamos a entidades bancarias, representado solo por un 11,1%.

## 10. Capital inicial necesario para aperturar un negocio local:

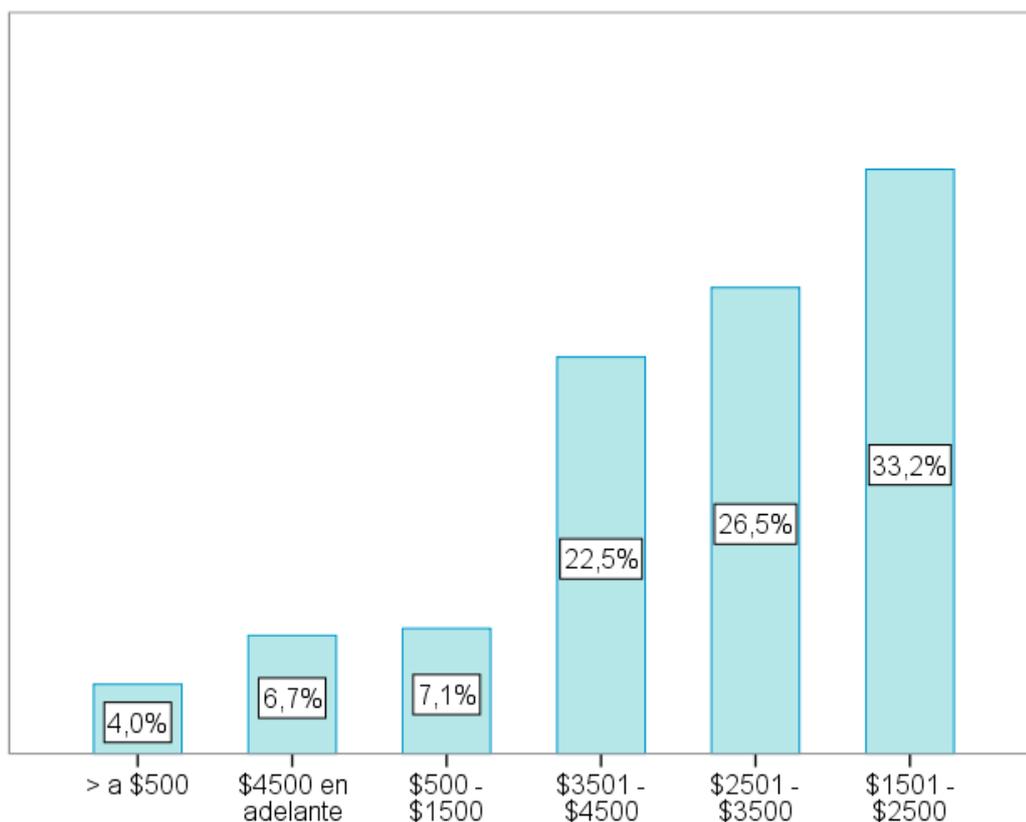


Figura 14. Capital inicial para apertura de negocio local

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

La figura muestra el capital inicial necesario para aperturar nuevos negocios en la localidad insular, los resultados reflejan que para iniciar una mini empresa en la isla Santa Cruz, se estima una inversión inicial entre \$1501.00 y \$2500.00 usd. Para los entrevistados determinar la inversión que realizaron inicialmente resulta complejo, principalmente porque no manejan registros contables, además se evidencia como limitante la falta de colaboración de los entrevistados al aportar datos económicos y financieros.

### 11. Factores claves que influyeron de forma negativa en la apertura del negocio:

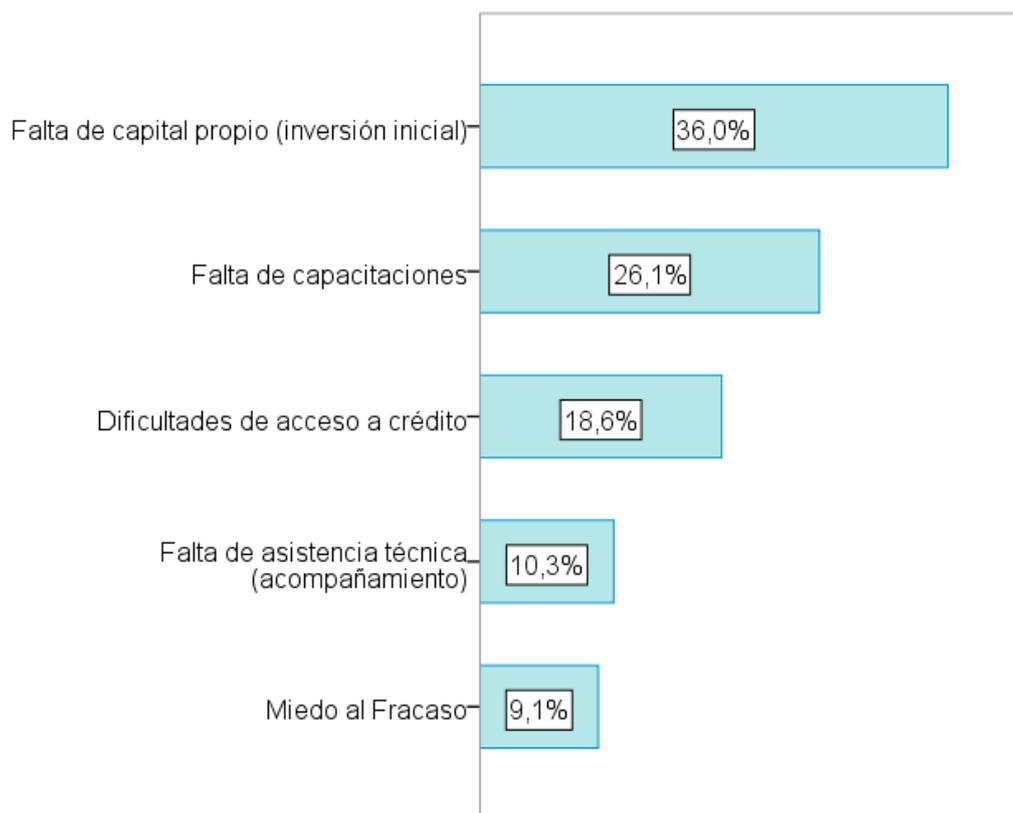


Figura 15. Factores negativos que influyeron en la apertura del negocio

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Respecto a los factores críticos influyentes en la apertura del negocio, el 36% de los participantes en la encuesta reconoce como la principal causa negativa, no disponer de capital propio para invertir inicialmente y como segundo motivo la falta de formación y capacitaciones, afirman que la inexperiencia y ausencia de competencias específicas los limitó, factor representado en un 26,1%. El resto de barreras de entradas representan menores porcentajes, como la dificultad de acceso al crédito, la falta de asistencia técnica y el miedo al fracaso.

**12. Emprendedores que han aperturado negocios previos al actual:**

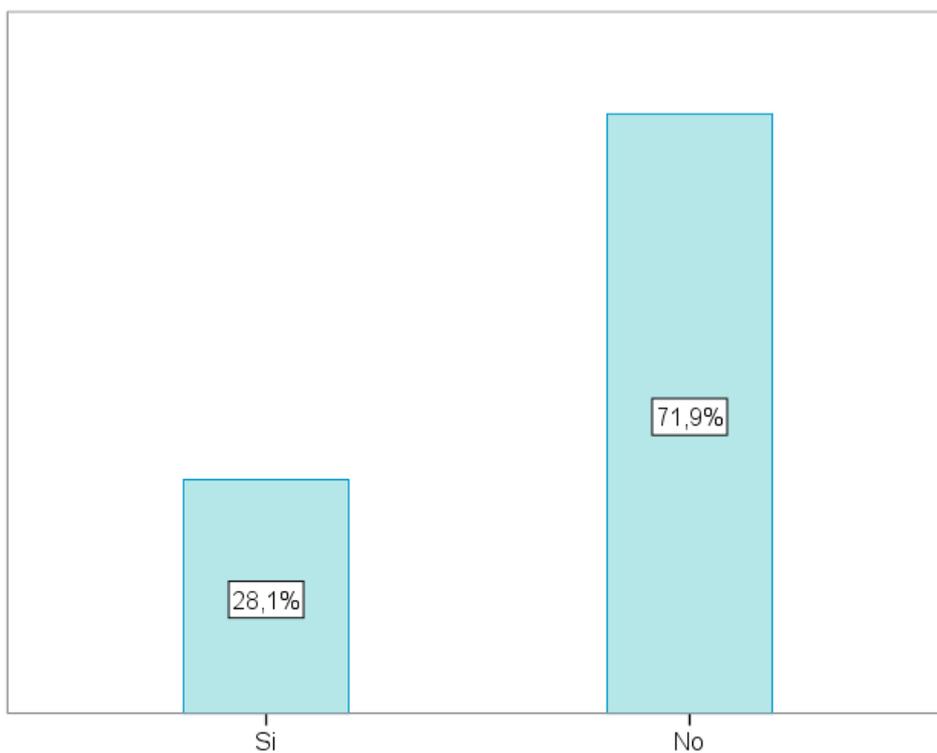


Figura 16. Emprendimientos previos al actual

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

La figura presenta aquellos emprendedores que anteriormente han aperturado negocios, la mayoría de los encuestados, representado por el 71,9%, no ha sido dueño de algún negocio previo, por lo que no poseen la experiencia propia en este tipo de actividad.

### 13. Motivos de cierre de los negocios anteriores:

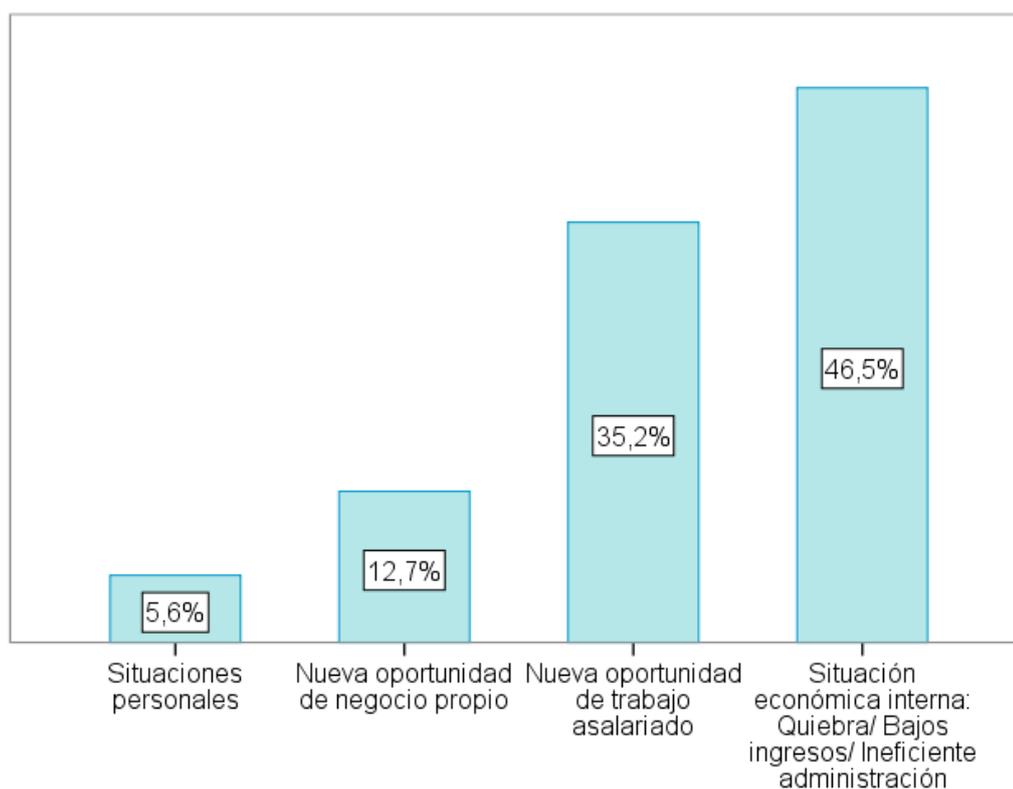


Figura 17. Motivos de cierre de negocios

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

En referencia a aquellos factores que motivaron el cierre de los negocios, los entrevistados han manifestado que la causa principal, representado por un 46.5%, está relacionada directamente con la situación económica interna de la empresa: quiebra, bajos ingresos o ineficiente administración. Una nueva oportunidad de trabajo asalariado, representado por un 35.2% fue la segunda razón para la desintegración de estos negocios. Los motivos de cierre también incluyen nuevas oportunidades de negocio propio y suspensiones por situaciones personales, en un 12.7% y 5.6% respectivamente.

## Sistema Productivo Local

### 14. Modalidad de utilización del inmueble donde opera el negocio:

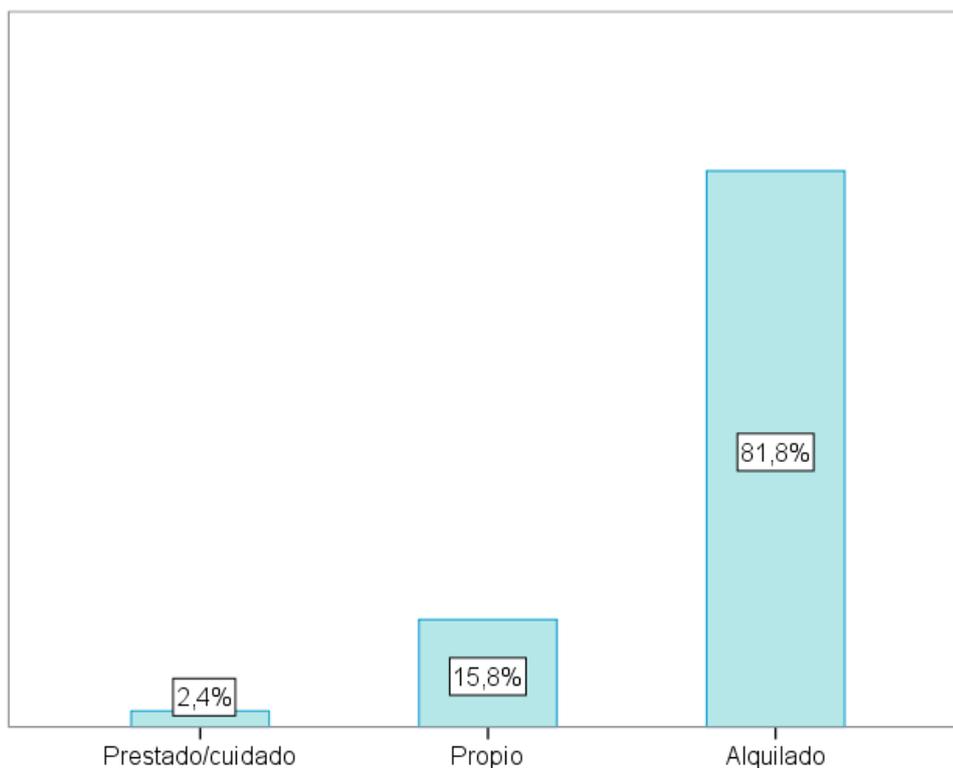


Figura 18. Inmueble donde opera el negocio

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

En referencia a la modalidad de utilización del inmueble donde opera el negocio, por lo general los nuevos emprendimientos se establecen y operan en inmuebles rentados, representado por el 81,8%. Solamente el 15.8% promueve sus negocios en locales propios y solo un 2.4% lo utiliza en préstamo.

**15. Cantidad de días trabajados a la semana:**

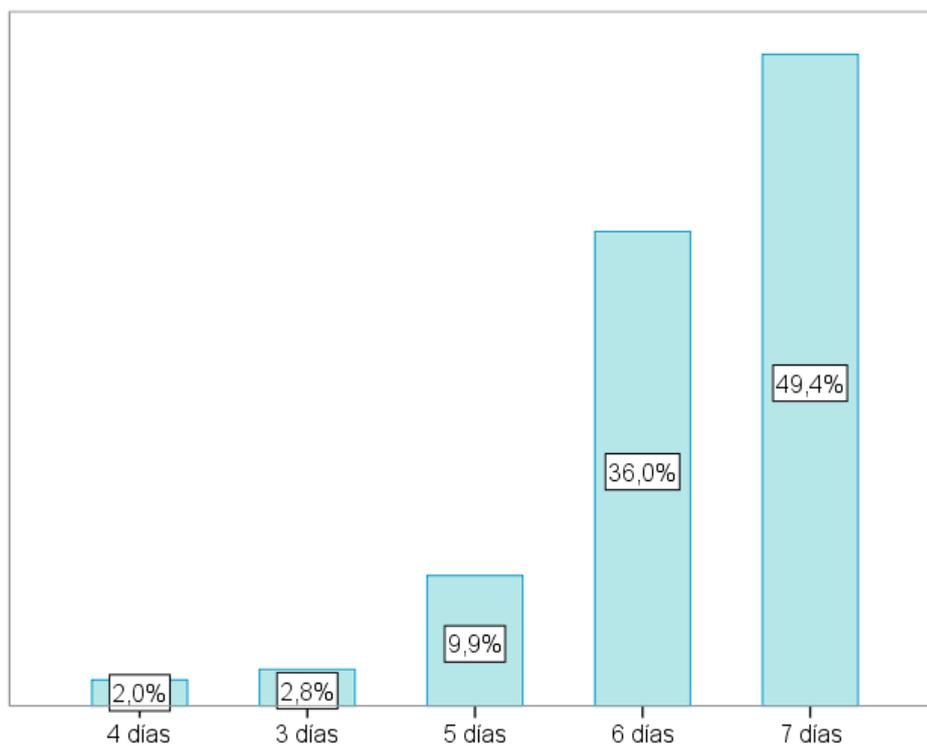


Figura 19. Cantidad de días laborables

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

El promedio de días que laboran en la semana es de 7 días para el 49.4% de los negocios, y por lo general trabajan más de 8 horas. En segundo y tercer lugar se ubican los negocios que trabajan entre 6 y 5 días, representados por un 36% y 9.9% respectivamente.

**16. Cantidad de empleados que laboran en el negocio:**

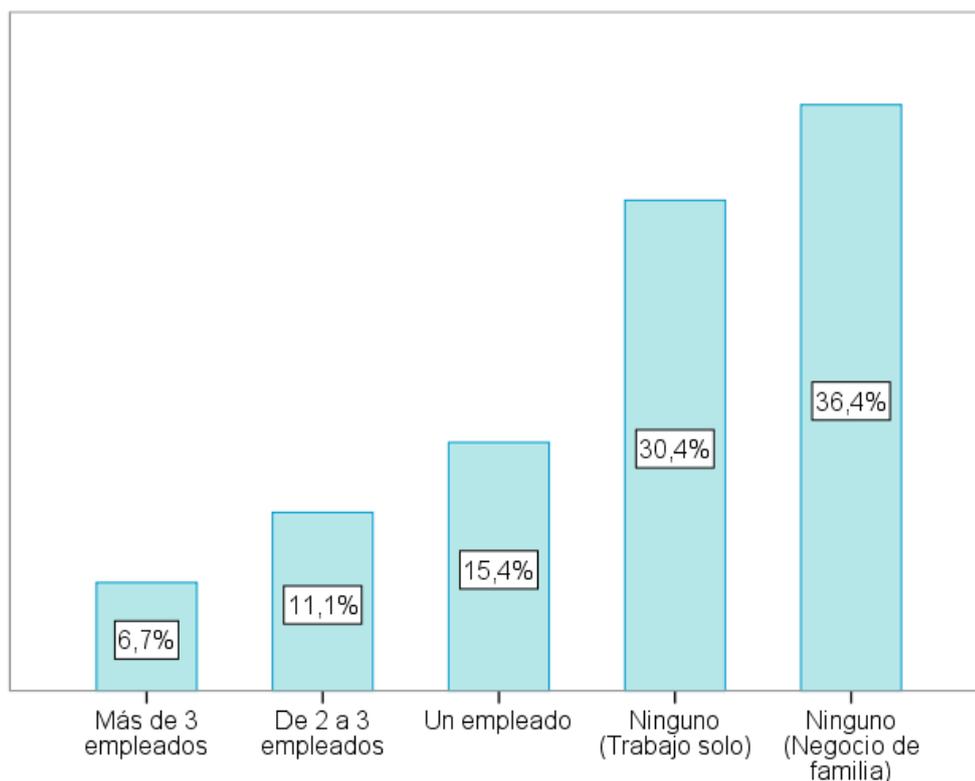


Figura 20. Número de empleados del negocio

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Respecto al número de empleados que trabajan en los negocios, la mayoría, en un 36.4% no utiliza empleados, pues pertenecen a negocios familiares y el 30.4% declara trabajar solo. El tercer lugar con un 15.4%, lo ocupan los emprendedores que tienen a su cargo un empleado, se refleja que en menor medida se encuentran aquellos con más de un empleado.

**17. Modalidad de abastecimiento de los productos, materia prima o mercadería utilizados en el negocio:**

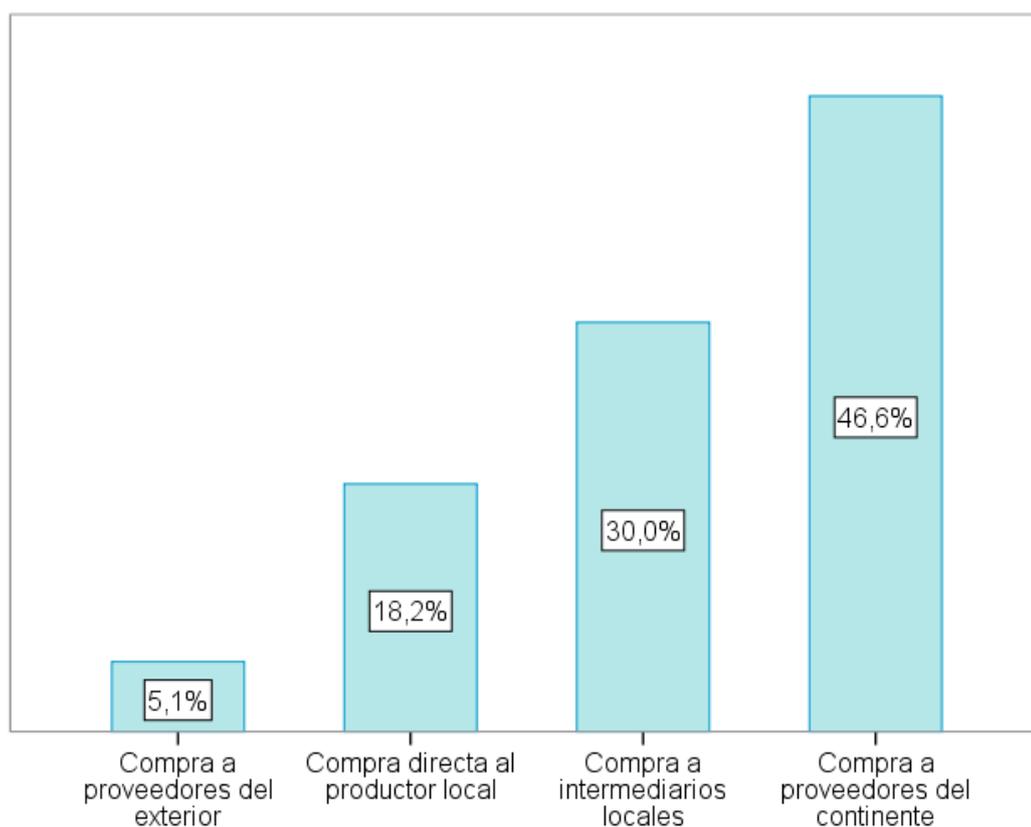


Figura 21. Modalidad de abastecimiento

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

La modalidad de abastecimiento que el 46.6% de los dueños de negocios utiliza es mediante la compra a proveedores en el continente, lo cual refleja la dependencia comercial que posee la isla de la parte continental del Ecuador. El 30% y el 18.2% respectivamente, realiza sus compras a proveedores locales, el primero a intermediarios comerciales y el segundo a productores de la isla, este resultado refiere a la baja participación comercial de los productores frente a los comerciantes. Solo el 5.1% restante corresponde a los dueños que realizan compras de sus productos en el exterior.

**18. Frecuencia de abastecimiento de los productos, materia prima o mercadería utilizados en el negocio:**

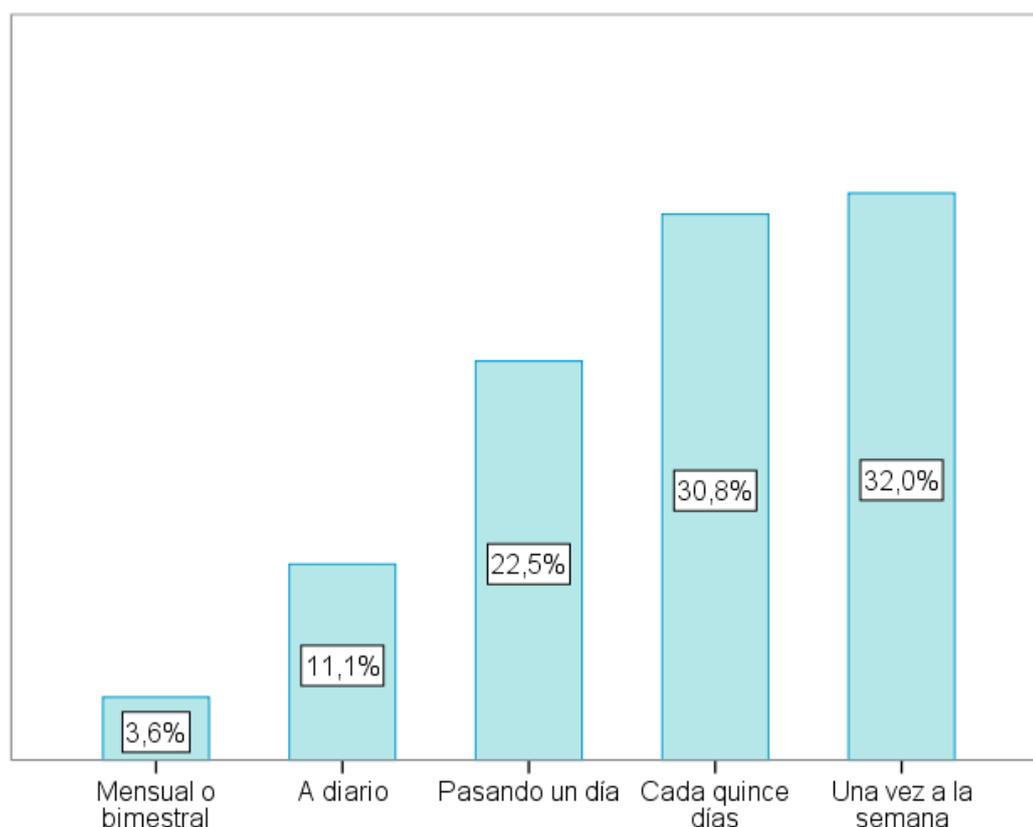


Figura 22. Frecuencia de abastecimiento

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

En referencia a la frecuencia de abastecimiento, en el 32% de los negocios, que representa la mayor parte de los encuestados, se abastece de sus productos, materia prima o mercadería de forma semanal y el 30,8% lo realiza cada quince días, esto dependiendo del giro en el que desarrolla el negocio, principalmente empresas turísticas. En general, las empresas que compran pasando un día (22.5%) o a diario (11.1%) realizan actividades de preparación de alimentos y bebidas, ofreciendo servicio de restaurante y cafetería, pues compran carnes, vegetales, frutas frescas y otros productos perecibles. Los negocios que compran de manera mensual o bimestral, representan un 3,6% y son generalmente comerciales (productos no perecibles), que en dependencia de las temporadas turísticas, altas o bajas, abastecen en menor o mayor cuantía. Suelen estratégicamente realizar compras en grandes cantidades para adquirir descuentos por la compra al por mayor.

### 19. Emprendedores sujetos de crédito por parte de sus proveedores:

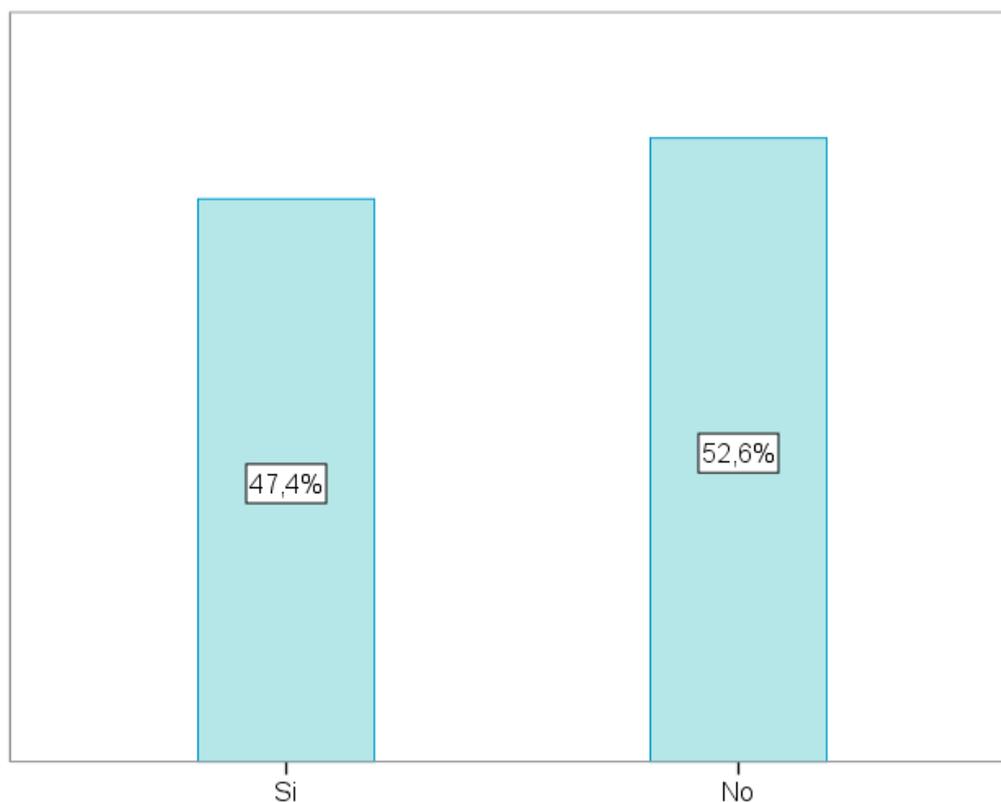


Figura 23. Obtención de crédito de proveedores

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Respecto al poder de negociación que poseen los dueños de negocios para obtener crédito de sus proveedores los resultados reflejan que el 52.6% no es sujeto de crédito y el 47.4% si lo es.

Se observa que principalmente los comerciantes que mantienen relaciones comerciales con empresas del continente, mantienen la preferencia de comprar al mayoreo y al contado, pues obtienen descuentos por compras en cantidad. Esto indica que prefieren realizar mayores inversiones a cambio de obtener la mercancía a menor costo, en vez de obtener créditos.

Referente a las empresas que obtienen crédito de vendedores locales, generalmente son negocios de mayor prestigio y capital, que logran establecer relaciones comerciales más confiables con los proveedores locales.

**20. Prioridades que establecen los emprendedores en sus negocios:**

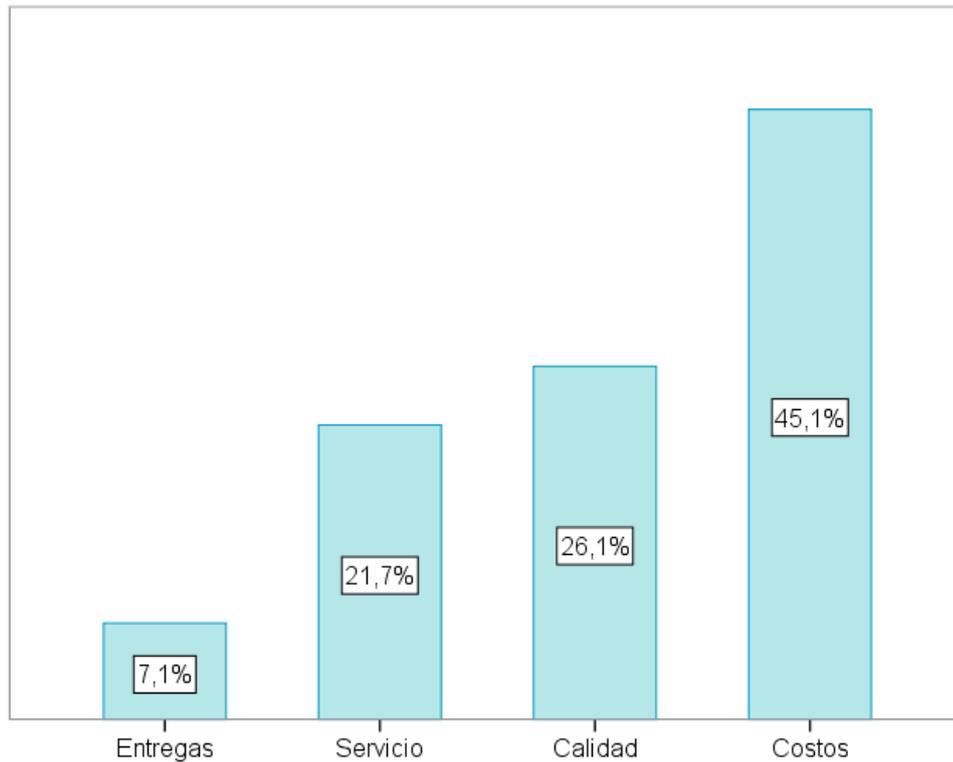


Figura 24. Prioridades en el negocio

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

En relación a las prioridades que establecen los emprendedores en su negocio, el 45,1% de los entrevistados, representados mayoritariamente por comerciantes, afirman tener mayor preferencia sobre el tema costo, ya que está establecido un precio de mercado, su estrategia no consiste en reducir el precio de venta del producto o servicio al consumidor final y ganar competitividad, sino adquirir productos a menor precio de sus proveedores, para obtener márgenes de utilidad mayores aprovechando la alta demanda local. En segundo plano el 26,1% se interesa por ofrecer calidad, aunque no manejan usualmente estrategias y procesos de mejora que generen valores agregados. Un 21.7% prioriza el servicio como estrategia para lograr atraer a mayor cantidad de clientes, mientras que un 7.1% establece que las entregas son de vital importancia para lograr diferenciación respecto a la competencia.

## 21. Procesos de mejora aplicados en el negocio:

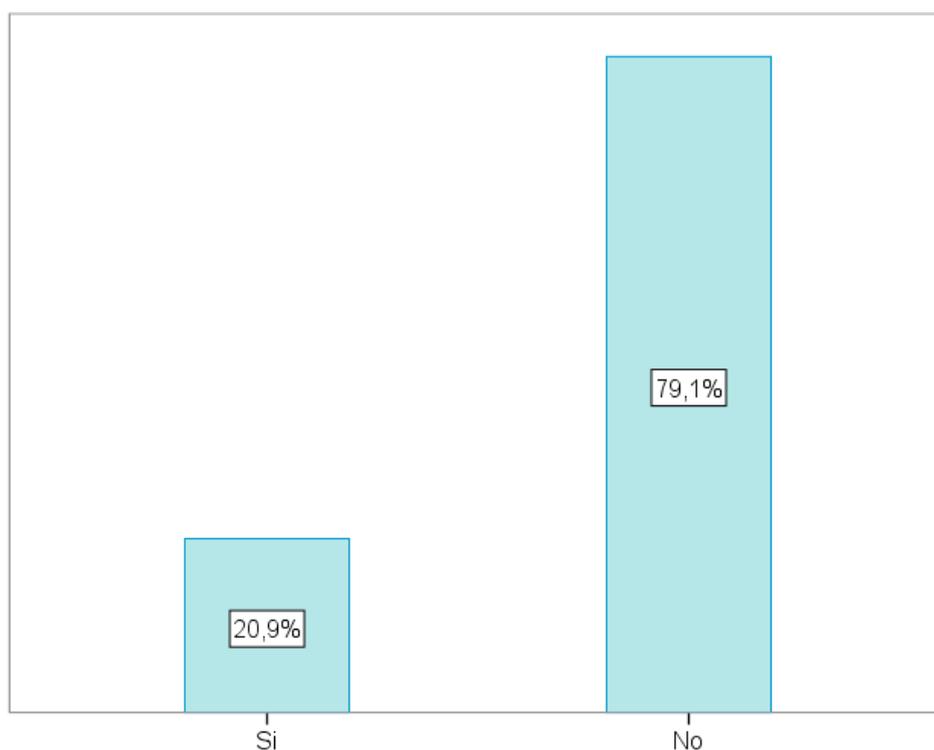


Figura 25. Procesos de mejora aplicados

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Como se muestra en la figura anterior, el 79,1% de los encuestados no ha aplicado procesos de mejora en su negocio. Se evidencia que muestran desconocimiento sobre las diversas herramientas y estrategias de optimización de los productos y servicios, por lo general manejan la actividad económica y la dinámica de la operación cotidiana como un proceso mecánico, incluso desconocen el segmento de empresas que constituye su competencia, sus posibles productos o servicios sustitutos y los precios ofertados por negocios similares al suyo. En mayoría, reflejan especial interés en los ingresos y costos, pero demuestran falta de habilidades para definir las estrategias necesarias y establecer controles más eficientes. El 20,9% restante afirma haber aplicado alguna vez en el desarrollo de su negocio un proceso de mejora.

## 22. Expectativas del crecimiento futuro del negocio

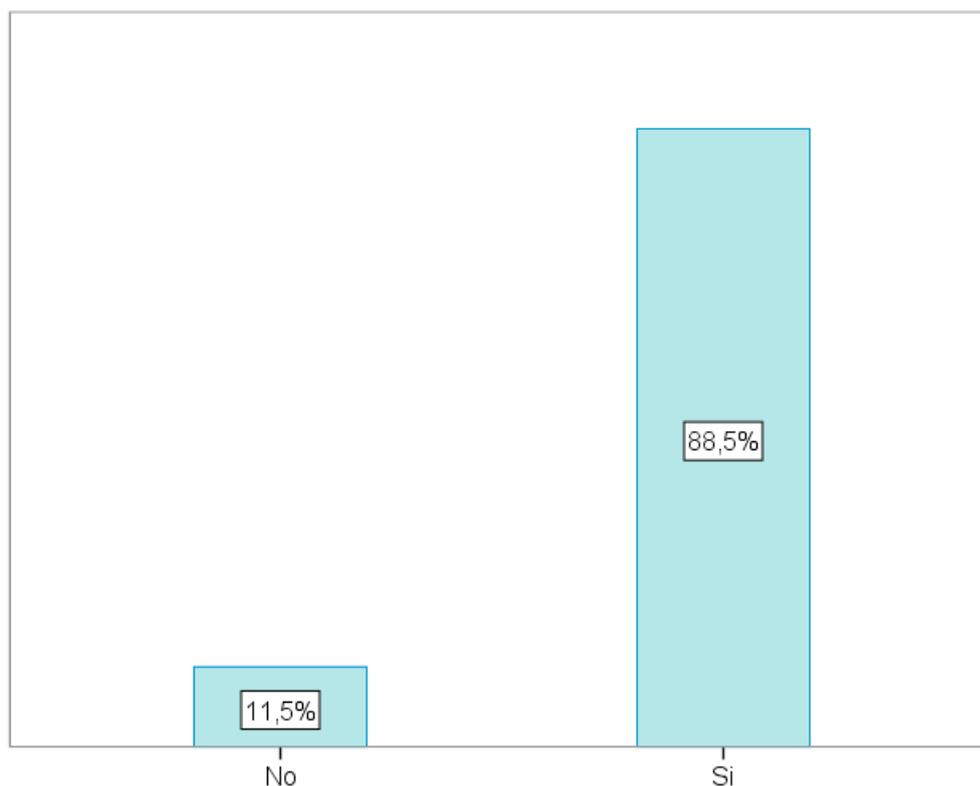


Figura 26. Expectativas del crecimiento futuro del negocio

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

En referencia a las expectativas de crecimiento que tienen los emprendedores respecto a sus negocios, el 88.5% ha respondido a esta pregunta positivamente, por lo tanto, considera que su negocio tiene posibilidades de progresar y desarrollarse en el futuro, mientras que aquellos que respondieron negativamente representan el 11,5%.

### 3.3 Contratación empírica de la hipótesis planteada

La hipótesis empírica planteada al inicio de la investigación: Si se identifican los factores críticos que influyen directamente en la iniciativa empresarial en la isla Santa Cruz en el periodo 2015-2018, entonces se podrá lograr un desarrollo económico sostenible, se contrasta teniendo en cuenta los resultados obtenidos en los instrumentos de campo aplicados y permiten establecer que existen elementos que afirman lo siguiente:

- Los emprendimientos en Santa Cruz en el período analizado son iniciados por personas relativamente jóvenes, prevaleciendo el sexo masculino e indicando que el nivel cultural en la mayoría de los emprendedores se encuentra entre el segundo y el tercer nivel.
- El tiempo de vida promedio de la mayoría de los negocios cerrados entre los años 2015-2017, se ubica en un periodo alrededor de un año, con mayor representatividad en los cierres de los emprendimientos que pertenecen al sector comercial. Esta situación de insostenibilidad genera un entorno comercial de baja especialización de la oferta, multiplicando los problemas existentes en el mercado local.
- La motivación que impulsa la creación de nuevos negocios se establece en mayoría por idea propia. Se destacan las opiniones referentes a gustos y preferencias por algún sector en específico, principalmente el comercial y turístico, pues ofrecen mayores oportunidades de ingreso y crecimiento en contexto con la situación económica actual que se desarrolla en la isla.
- Respecto a la apertura de negocios, se evidencia que existe una nula motivación como resultado de investigaciones previas. Actúa como limitante en el desarrollo y futuro crecimiento de los actuales emprendimientos. La falta de cultura de implementación de estrategias administrativas que faciliten determinar la viabilidad del proyecto, sus probabilidades de éxito e impacto en el mercado y la localidad, ha creado un panorama crítico sobre la sostenibilidad de los nuevos emprendimientos que han salido al mercado en los últimos años. Generalmente, presentan un patrón de implementar acciones y toma de decisiones según el avance y curso del negocio, sin generar planificaciones previas.
- La mayor cantidad de negocios aperturados en el período corresponde al sector comercial, actuando como un ente dinamizador de la economía del territorio frente a la representatividad de otros sectores con menor participación. Este sector se basa

principalmente en la importación de productos desde el continente ecuatoriano. En segundo lugar, se desarrolla el sector turístico, como actividad motora en el territorio insular, dirigida principalmente a actividades de servicio a la población flotante. Los sectores productores: artesanal, agropecuario y pesca, representan en menor medida el aparato productivo local, escenario que evidencia los bajos niveles de producción local presente en el territorio y la dependencia económica del continente, que enfrenta la comunidad.

- Prevalece el emprendimiento familiar, que generalmente es administrado por uno de sus integrantes, mientras el resto provee recursos y financia la actividad principal del negocio. Este tipo de empresa generalmente se caracteriza por generar conflicto de intereses entre las partes involucradas, carecen de organigramas y políticas correctamente definidos. También se observa la apertura de negocios unipersonales y por lo general emprenden sin financiamiento de terceros.
- Se ha demostrado que los dueños de los emprendimientos no están familiarizados con las actividades de formación y capacitación, y las instituciones que las gestionan. La escasa promoción y difusión local, por parte de las entidades coordinadoras, reduce la integración de los actores del emprendimiento a actividades académicas. Se evidencia un bajo nivel de afiliación a asociaciones gremiales y Cámaras, escenario que limita el desarrollo de redes empresariales, la comunicación y el contacto entre los emprendedores de los diversos sectores económicos locales.
- Existe total disposición por parte de los emprendedores en recibir asistencia, capacitaciones y en general programas educativos que estén enfocados al desarrollo de los negocios. En referencia a la modalidad de las actividades, existe preferencia en su gratuidad o precios asequibles y directamente relacionadas a la actividad económica principal que realizan, para obtener mayores valores agregados.
- Respecto a los temas de mayor interés para recibir capacitaciones se encuentran los referentes a administración y gestión de empresas, como herramienta para mejorar el estándar de trabajo, el desempeño y optimizar la dinámica económica del negocio. Los temas de ventas y servicio al cliente, muestran aceptación como alternativa para generar y ofrecer mayores valores agregados al cliente. Las finanzas y contabilidad se reconocen como instrumento básico para lograr establecer controles, gestión de recursos y lograr mayores niveles de planificación económica. En menor medida se interesan por temas de innovación y mejoramiento productivo, actitud que marca la

baja cultura de innovación e implementación de mejoras continuas, como procesos clave para generar mayores niveles de competitividad en el mercado.

- Los nuevos negocios en Santa Cruz se aperturan, generalmente, con capital propio. Sin embargo, las solicitudes de préstamos en cooperativas e instituciones bancarias, exponen las falencias del sistema financiero para proporcionar facilidades económicas en el momento de iniciar microempresas, incorporando en la mayoría de los casos trámites y requisitos engorrosos, y altos intereses a sus préstamos, en cortos periodos de pago. Del análisis realizado se deriva que para aperturar una mini empresa en la isla Santa Cruz es necesaria una inversión inicial entre \$1500.00 y \$2500.00 usd.
- Referente a los factores negativos que limitaron la apertura del negocio, se identifica como causa principal, la falta de capital propio. Esta limitante ha sido identificada por los negociantes al considerar el emprendimiento como una opción viable para generar su propia fuente de empleo. La falta de capacitaciones y actividades de formación, también se considera un factor importante que interviene. El bajo desarrollo de habilidades y competencias ha generado un escenario carente de implementación de herramientas efectivas, limitando la generación de resultados eficientes en el desempeño de las iniciativas locales, situación directamente proporcional al cierre prematuro de los emprendimientos. Predomina el criterio que defiende que las inyecciones de capital, garantizan el crecimiento y funcionan como una estrategia eficiente ante situaciones de declive empresarial, limitando en ocasiones la importancia que posee la formación y asistencia técnica como motor impulsor de la actividad económica.
- En mayoría, los emprendedores que poseen un negocio actualmente no han sido dueños de negocios con anterioridad. Este indicador refleja que el emprendedor promedio es principiante en la gestión y administración de una empresa. Carecer de estrategias y herramientas de gestión, junto a la inexperiencia en este tipo de actividad y la falta de habilidades y competencias para desempeñarse en las operaciones, está directamente relacionado con la ineficiencia e insostenibilidad en la que se desarrollan los negocios.
- Los emprendedores que han sido dueños de negocios anteriormente, consideran que la causa principal que provoca el cierre, está relacionada directamente con la situación económica interna de la empresa, la quiebra, los bajos ingresos y una ineficiente administración. Este indicador refiere que el sistema administrativo y de gestión, la

planificación económica y las estrategias de mercado aplicadas presentan un bajo desempeño y deficientes niveles de optimización en los procesos de la empresa.

- Los emprendimientos generalmente se establecen y operan en inmuebles rentados. Los costos de estos establecimientos comerciales varían en dependencia a la cercanía al centro turístico, donde se localiza el mayor circuito de negocios y el flujo turístico es mayor. Esta característica comercial de los inmuebles demanda mayor cantidad de interesados.
- La jornada laboral establecida en la mayoría de los negocios locales, estiman un promedio de 7 días laborables a la semana, por un periodo mayor a 8 horas. La duración de estas jornadas, establece que la pequeña empresa debe aplicar este tipo de estrategias para lograr mayores rendimientos económicos, y generar un valor agregado frente a la competencia. Respecto a la cantidad de empleados de la empresa, refiere que la particularidad, de una mayoría de negocios de conformación familiar, limita la contratación de personal adicional.
- Según la modalidad de abastecimiento de los productos, materias primas o mercadería que los comerciantes utilizan en sus negocios predomina la compra a intermediarios en el continente. Esta situación aceptada por las facilidades que ofrece (variedad, calidad y precio), muestra la condición de insularidad del territorio y la falta de articulación local entre las estructuras económicas para lograr un autoabastecimiento de productos, bienes y servicios. La adquisición de bienes a proveedores locales, se evidencia por dos vías: las comercializadores y en menor medida a los productores. Esta situación provoca rivalidad entre los comerciantes y productores locales, fundamentalmente entre los comercializadores, artesanos y agricultores. Este escenario de baja participación del productor en la isla y el escaso apoyo que reciben, limita que se logre un autoabastecimiento de bienes y servicios en el sector insular, promovándose así la preferencia a la importación de productos por sus bajos costos frente a la producción local.
- La frecuencia de abastecimiento de productos, materias primas o mercadería se establece en dependencia de la actividad principal que desarrollen los negocios. Los periodos de tiempo son planificados en correspondencia a la demanda y las planificaciones de los compradores, en dependencia de la vía de transporte utilizada para abastecerse de los productos.

- La obtención de crédito por parte de los proveedores, en general refleja un perfil de emprendedor, que prefiere utilizar esta fuente de financiamiento como alternativa en las operaciones de sus negocios. Además, la cultura insular permite que se establezcan relaciones comerciales, mayormente basadas en la credibilidad y estatus que ofrecen los clientes en la comunidad.
- La mayor parte de los entrevistados mantiene como prioridad los costos. La condición del mercado local insular marca precio de establecido, que varía en dependencia a la demanda, la competencia, las situaciones de escases y características del producto, por lo que la disminución de precios de venta, es una estrategia inusual, aprovechando la alta demanda existente. El interés del comerciante promedio también se direcciona a priorizar la calidad, aunque contradictoriamente, no manejan usualmente estrategias y procesos de mejora que generen valores agregados.
- La aplicación de procesos de mejora como herramienta para optimizar la eficiencia y fortalecer la cadena de valor del producto, presenta una escasa aceptación. La actitud general revela que la actividad económica y la dinámica de la operación cotidiana se desarrolla como un proceso mecánico, aplicando métodos empíricos y estrategias basadas en la experiencia criolla adquirida en el mercado local.
- Resulta relevante mencionar las expectativas de crecimiento futuro que reflejan los emprendedores locales. Se evidencia cierta incertidumbre en la visión general, demostrando dudas referentes al desarrollo futuro del emprendimiento. Para los emprendedores, las particularidades propias de la región insular (mercado pequeño con cifras de demandas predecibles), permiten generar un conocimiento empírico de las facilidades que brinda el aparato comercial. Pese a ello, en etapas posteriores del negocio, se dificulta garantizar un crecimiento estable y aplicar las estrategias adecuadas para ganar competitividad, valor agregado y posicionamiento en el mercado. Consideran que la actividad de emprendimiento, engloba mayores dificultades que las consideradas en la etapa inicial. La situación económica actual y la competencia, limitan la obtención de rendimientos económicos más favorables.
- Se evidencia una disposición por parte de los organismos e instituciones locales en apoyar el emprendimiento y su sostenibilidad, implementando estrategias locales que fomenten la creación de negocios viables y faciliten el potenciamiento de los roles de los emprendedores en el territorio insular.

- Se refleja la necesidad de certificar los productos locales con una marca o sello que defienda la identidad, calidad y valores agregados propios del territorio, como una manera de identificar y elevar un producto propio de las islas.
- Se puede concluir que pese a la gratuidad de las asesorías y capacitaciones que ofrecen las instituciones públicas, las convocatorias a los emprendedores del sector no resultan exitosas, obteniendo bajos niveles de participación e interés por parte de estos. Influyendo factores como la poca promoción y difusión de la información de estas actividades, y el reducido segmento de sectores que abordan los temas de formación en comparación a la amplia gama de actividades económicas existentes.
- En general, se observa que la mayoría de los emprendedores son personas con bajo perfil y proyección empresarial, con limitados criterios de éxito y carente implementación de herramientas administrativas, como investigaciones de mercados, estrategias, o procesos que involucren estudios de precios, competencia y calidad. Son guiados por estrategias criollas, actúan según el comportamiento del mercado, su experiencia y percepción personal de los negocios.

## **CAPÍTULO IV: LA PROPUESTA**

#### **4.1 Título de la propuesta**

Proyecto de promoción de capacidades endógenas para emprendimientos en la isla Santa Cruz, archipiélago de Galápagos.

#### **4.2 Justificación del proyecto**

La creación de un espacio en el que puedan emerger ideas conjuntas de emprendedores y del Estado, para responder favorablemente a los cambios de necesidades de una población limitada social y económicamente. Permite la creación de un inventario de programas, políticas y estrategias que apoyen el desarrollo local. Gestiona un proceso de consulta diseñado para unir a todos los actores de la ciudad, de este modo conseguir adscripción, apoyo y generar una respuesta coordinada.

El proyecto articula intervenciones externas y esfuerzos internos para innovar políticas y estrategias que puedan sostener en el tiempo los negocios emprendedores. A la vez, constituye un marco de referencia que se espera contribuya a la evolución de acuerdos entre los organismos que apoyan a la pequeña empresa (públicos y privados) y los emprendedores locales con relación a promover acuerdos cooperativos que institucionalicen aquellas políticas que encuentran reciprocidad en la evolución de la pequeña empresa.

#### **4.3 Línea base del proyecto**

El Catastro de Patentes del Municipio Santa Cruz (2017), publica la existencia de 733 emprendedores microempresas activos aperturados en el periodo 2015-2017 en la isla, tomándose este dato como línea base del proyecto que permita una comparación para efectos de control.

#### **4.4 Identificación y caracterización de la población objetivo (beneficiarios)**

Las características principales en lo que respecta a la etapa de emprendimiento y el tipo de actividades económicas que desempeña la población objetivo del proyecto se detalla a continuación:

Tabla 9. Beneficiarios directos del programa

<b>Beneficiarios:</b>	<b>Sector</b>	<b>No. de negocios</b>	<b>Representatividad</b>
Emprendedores que son dueños de negocios aperturados en el periodo (2015-2017), actualmente activos en la isla Santa Cruz.	Comercial	535	73%
	Turístico	95	13%
	Artesanal	69	9%
	Agropecuario	18	2%
	Pesca	16	2%
<b>Total de emprendedores activos</b>		<b>733</b>	<b>100%</b>
Residentes de la isla Santa Cruz, con intenciones de crear un emprendimiento, que tengan una idea o proyecto en proceso y deseen adquirir nuevas habilidades y competencias para enfrentar el proceso de apertura de negocio con mayores niveles de éxito y oportunidades		Total de habitantes en el Cantón Santa Cruz: 15.701	
<b>Total de posibles emprendedores</b>		<b>15.701</b>	
<b>Total</b>			

Fuente: (Catastro de Patentes del Municipio Santa Cruz, 2017)  
Elaboración: Faride Hotaki

#### 4.5 Objetivos del proyecto

A continuación, se plantean los objetivos a alcanzar, los cuales sirven de base para la definición de los elementos de la Matriz de Marco Lógico.

##### 4.5.1 Objetivo de desarrollo.

Profundizar la sustitución selectiva de importaciones, en función de las condiciones productivas potenciales en los territorios, que reserven mercados locales y aseguren una escala mínima de producción para el desarrollo de los sectores prioritarios, industrias intermedias conexas y la generación de industrias básicas.

##### 4.5.2 Objetivo general.

Impulsar la productividad y la competitividad sistémica a partir del potenciamiento de los roles y funcionalidades de emprendedores del territorio que le permita desarrollar una gestión eficiente de sus negocios.

##### 4.5.3 Objetivos específicos.

1. Propiciar el aprovechamiento de las potencialidades a través de espacios de encuentro, que generen un proceso participativo de mejoramiento y recuperación de las redes empresariales.

2. Fortalecer las habilidades y capacidades de los emprendedores mediante el desarrollo de talleres que cubran la totalidad de sus requerimientos.
3. Fomentar la generación de nuevas iniciativas empresariales mediante asesorías y acompañamiento.

#### 4.6 Alcance del proyecto

##### 4.6.1 Universo de trabajo.

Para determinar las actividades a desarrollar con precisión se realiza un esquema de la alternativa óptima, expresada es sus rasgos más generales.

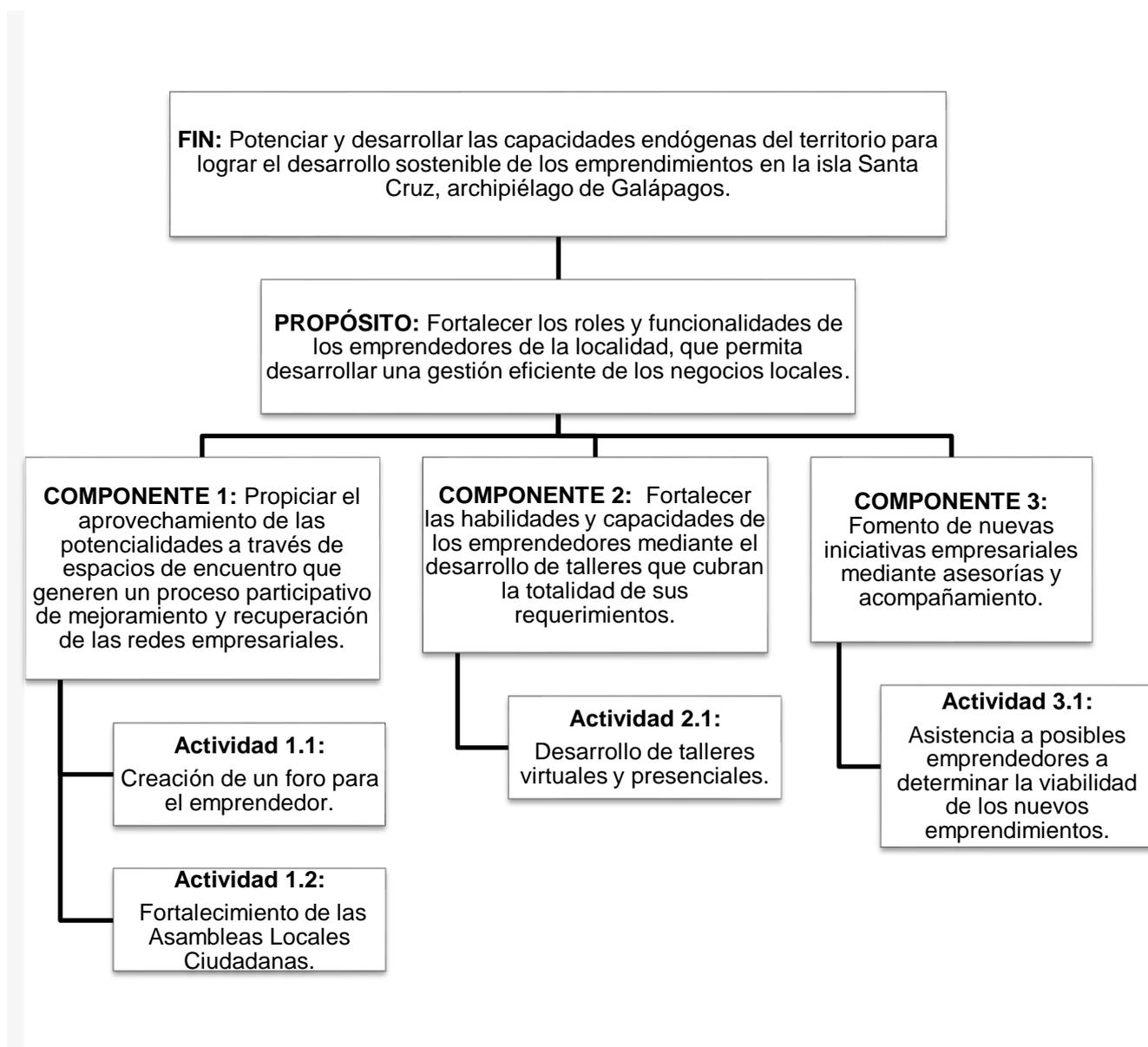


Figura 27. Estructura analítica del programa  
Fuente y elaboración: Faride Hotaki

#### 4.6.2 Tiempo y calendario de las actividades.

Se plantea un horizonte de tres años para el proyecto, la actividad de capacitación y formación se desarrolla en 4 talleres al año, los que se componen de cuatro módulos de cinco sesiones cada uno. La consultoría y asistencia técnica a nuevos emprendedores abarca todo el período de acuerdo a la demanda, así como el foro y las Asambleas Locales Ciudadanas que se espera su permanencia en el tiempo.

#### 4.7 Matriz de marco lógico

Tabla 10. Matriz de planificación del marco lógico

RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS	INDICADORES DE VERIFICACIÓN	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<b>OBJETIVO DE DESARROLLO</b>			
Profundizar la sustitución selectiva de importaciones, en función de las condiciones productivas potenciales en los territorios, que reserven mercados locales y aseguren una escala mínima de producción para el desarrollo de los sectores prioritarios, industrias intermedias conexas y la generación de industrias básicas.	Al finalizar el proyecto se podrá contar con un incremento de al menos un 5% de los productos y servicios del mercado local en función de las condiciones productivas potenciales del Territorio.	Boletines estadísticos del Banco Central del Ecuador.	Implementación de políticas públicas favorables para la generación de condiciones productivas potenciales en los territorios.
<b>OBJETIVO GENERAL</b>			
Impulsar la productividad y la competitividad sistémica a partir del potenciamiento de los roles y funcionalidades de emprendedores del territorio que le permita desarrollar una gestión eficiente de sus negocios.	Al finalizar el proyecto se podrá contar con un estudio socioeconómico de los empresarios atendidos que permita un 70% de efectividad en el manejo futuro de los negocios, fortaleciendo su nivel de productividad y competitividad en el mercado.	Informes de fortalecimiento en comunidades.	Autoridades, instituciones gubernamentales, emprendedores, y microempresarios apoyan la ejecución del proyecto.
<b>COMPONENTE 1:</b> Propiciar el aprovechamiento de las potencialidades a través de espacios de encuentro, que generen un proceso participativo de mejoramiento y recuperación de las redes empresariales.	Al finalizar el proyecto se logrará contar con el foro del emprendedor que permitirá crear una comunidad de emprendedores. Servirá como espacio de discusión de temáticas relacionadas con el emprendimiento y permitirá compartir conocimientos e incluso generar ingresos.	Índices de discusión en línea del foro Encuesta de medición de la efectividad del foro.	La articulación entre los principales actores públicos y privados permite el fortalecimiento de las actividades a nivel local.

	Al finalizar el proyecto se logrará contar con un espacio de participación como las Asambleas Locales Ciudadanas, herramienta fundamental en la gestión comunitaria.	Porcentaje de asistencia a las Asambleas Locales Ciudadanas Informes de rendición de cuentas presentados	Interés de las comunidades para colaborar activamente en el fortalecimiento de las actividades a nivel local
<b>COMPONENTE 2:</b> Fortalecer las habilidades y capacidades de los emprendedores mediante el desarrollo de talleres presenciales y virtuales que cubran la totalidad de sus requerimientos.	Al finalizar el proyecto al menos el 70% de los empresarios atendidos aplicarán herramientas económicas y financieras en el desempeño de su negocio.	Planes de fortalecimiento a emprendimientos. Listas de asistencia a talleres. Encuesta de medición de la efectividad de cursos. Documentos físicos y digitales de los manuales y guías producidos.	Existe predisposición de las entidades públicas para destinar formadores para el desarrollo de talleres.
<b>COMPONENTE 3:</b> Fomentar la generación de nuevas iniciativas empresariales mediante asesorías y acompañamiento.	Al finalizar el proyecto se logrará incrementar el nivel de emprendimientos sostenibles, en la isla Santa Cruz, en al menos un 5%.	Registro de la base de datos de los emprendimientos. Planes de negocios que demuestran la estructuración y activaciones de nuevas iniciativas.	Existe predisposición de las entidades públicas para destinar formadores y potenciar nuevas iniciativas.

Fuente y elaboración: Faride Hotaki

## 4.8 Análisis integral

### 4.8.1 Viabilidad técnica.

El proyecto muestra una estructura operativa para desarrollar y fortalecer capacidades de coordinación y organización, impulsar la calidad en los emprendimientos y fomentar mecanismos para la innovación. La metodología utilizada se caracteriza por ser colaborativa, proactiva y participativa. A continuación, se exponen las condiciones que hacen posible el funcionamiento del mismo.

**Componente 1:** Propiciar el aprovechamiento de las potencialidades a través de espacios de encuentro que generen un proceso participativo de mejoramiento y recuperación de las redes empresariales.

### **Actividad 1.1:** Creación de un foro para el emprendedor.

Un foro es una aplicación web que permite a sus participantes mantener discusiones y aportar opiniones e información en un espacio virtual categorizado en temas de discusión, que pueden abrir los propios usuarios, y a los que el resto de usuarios pueden responder con sus opiniones y aportaciones.

Crear un espacio de interacción entre emprendedores de diferentes edades, sector y etapas de desarrollo de sus proyectos, con el propósito de intercambiar ideas, teorías y opiniones. El Foro de Emprendedores de Santa Cruz tiene la característica de ser un foro público donde todos pueden participar, leer y enviar mensajes sin tener que registrarse.

El sistema de foros profesional seleccionado para este programa es Hypertext Preprocessor Bulletin Board (conocido como: phpBB), el cual es gratuito y se hospeda en el dominio adquirido para los cursos virtuales. La Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) será la encargada de la administración del foro. Los modeladores son designados por cada ministerio e institución interviniente en el proyecto y cada uno tiene la facultad de aprobar o rechazar, editar y eliminar publicaciones, descartar o cerrar informes, pero no necesariamente cambiar el propietario de una publicación. Estos organismos asumen el valor de los honorarios de los designados por formar parte de su plantilla.

### **Actividad 1.2:** Creación y/o fortalecimiento de las Asambleas Locales Ciudadanas.

Constituyen espacios de apoyo y fortalecimiento de las agendas de desarrollo, planes, programas y políticas públicas locales, al servir como fuente de iniciativas y propuestas de lo que se necesita potenciar y realizar en la localidad, articulando a las organizaciones del territorio. Su labor no se limita a esta actividad, pues además los habitantes se convierten en veedores del cumplimiento de estos programas, del cuidado de los recursos y en general de situaciones que puedan comprometer la sostenibilidad del territorio.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Cruz realiza la convocatoria a la conformación de las asambleas, la cual tendrá su accionar de acuerdo al reglamento que conforma y regula el funcionamiento del sistema de participación ciudadana y control social del municipio de la isla. El proceso se llevará a cabo con la asistencia de los estudiantes de la Universidad Técnica Particular de Loja para que apoyen a integrar a los emprendedores.

Tabla 11. Especificaciones técnicas del Componente 1

**Componente 1:** Propiciar el aprovechamiento de las potencialidades a través de espacios de encuentro que generen un proceso participativo de mejoramiento y recuperación de las redes empresariales.

**Característica del componente:** Estrategias participativas

Actividad	Metodología	Sub-actividad	Insumos y equipos	Valor total	Año
<b>Actividad 1.1:</b> Creación de un foro para el emprendedor	Espacios virtuales que generan un proceso participativo	Adquisición de dominio. Hospedar el foro de emprendedores de la isla Santa Cruz en el dominio adquirido.  Crear el usuario de administración.  Designar a los modeladores del foro	Adquisición de dominio para la página web	\$166,88	1
<b>Actividad 1.2:</b> Creación y/o fortalecimiento de las Asambleas Locales Ciudadanas	Espacios de encuentro que generan un proceso participativo	Convocatoria a la conformación de las Asambleas Locales Ciudadanas.  Creación de las Asambleas Locales Ciudadanas y selección de su directiva.  Realización de sesiones ordinarias y extraordinarias.  Difusión de los resultados de las gestiones realizadas por las Asambleas Locales Ciudadanas.	Impresión de trípticos para convocatoria          Impresión de trípticos para difusión de resultados.	\$2700,00	1,2,3
<b>TOTAL</b>				<b>\$5566,88</b>	<b>1,2,3</b>

Fuente y elaboración: Faride Hotaki

**Componente 2:** Fortalecer las habilidades y capacidades de los emprendedores mediante el desarrollo de talleres presenciales y virtuales que cubran la totalidad de sus requerimientos.

El enfoque metodológico se sustenta en una metodología eminentemente práctica, orientado a crear y desplegar criterios para el desarrollo de conocimientos, habilidades y destrezas en el desarrollo de criterios económicos claves, que permita el mejoramiento del análisis e identificación de problemas y en base a esto, el establecimiento de propuestas de acción para la toma de decisiones.

Es necesario extender una convocatoria de formación a todos los emprendedores que posean un proyecto en marcha o en proceso de validación, o dueños de negocios que permanezcan activos hasta por tres meses, con el objetivo de fortalecer las nuevas iniciativas empresariales y reducir las probabilidades de fracaso.

**Actividad 2.1:** Desarrollo de seminarios, talleres virtuales y presenciales.

Se combinan el aprendizaje presencial y virtual. El primero escoge el aula física como espacio para transmitir el conocimiento y promover el trabajo colaborativo que puede armonizar con diferentes métodos, modelos y estilos de aprendizaje. Tiene una duración de cuatro módulos con temas referentes al diagnóstico inicial realizado y cada módulo estará compuesto por cinco sesiones.

Módulo 1: Gestión y Administración en modalidad presencial

Módulo 2: Ventas / Marketing / Servicio al Cliente en modalidad presencial

Módulo 3: Finanzas / Contabilidad en modalidad presencial

Módulo 4: Innovación / Mejoramiento productivo en modalidad presencial.

El segundo se desarrolla en el aula virtual como una propuesta para administrar el tiempo en el desarrollo de las actividades de los emprendedores, además de facilitar materiales y actividades que posibiliten el estudio de un contenido desde distintas perspectivas, según la elección que cada usuario realice. Se pretende preparar ejercicios y eventos online que promuevan el pensamiento crítico, facilitar la construcción personal de conocimiento y la reflexión sobre el aprendizaje usando medios tecnológicos.

Para los cursos virtuales se utiliza la plataforma Moodle, una plataforma social que facilita la comunicación y la interacción virtual. Se adquirirá dominio para la página web con capacidad ilimitada en transferencia de datos en el sitio web: *mooncities.com*. La administración de la plataforma estará a cargo de la UTPL, quien será la encargada de designar a los instructores teniendo en cuenta el tema a abordar, asumiendo el valor de los honorarios de los designados por formar parte de su plantilla.

En cada taller semi-presencial se entrega el material didáctico de manera resumida a los beneficiarios para una mayor comprensión del tema tratado.

Cabe indicar que como eje transversal en la capacitación estarán presentes los valores, tales como: confianza, autoestima, responsabilidad, solidaridad, honestidad, calidad, todos muy importantes para la actividad que realizan los beneficiarios.

Tabla 12. Especificaciones técnicas del Componente 2

<b>Componente 2:</b> Fortalecer las habilidades y capacidades de los emprendedores mediante el desarrollo de talleres presenciales y virtuales que cubran la totalidad de sus requerimientos.					
<b>Característica del componente:</b> Estrategias de articulación de los actores académicos para la capacitación y formación.					
<b>Actividad</b>	<b>Metodología</b>	<b>Sub-actividad</b>	<b>Insumos y equipos</b>	<b>Valor total</b>	<b>Año</b>
<b>Actividad 2.1:</b> Desarrollo de seminarios y talleres.	Talleres participativos presenciales y virtuales con metodología constructivista y aplicación de andragogía.	Acondicionamiento de espacios físicos.	Equipos para acondicionamiento de aulas físicas y plataforma virtual.	\$ 6157.27	1
		Repotenciación de la plataforma virtual Moodle para el desarrollo de cursos de capacitación.			1
		Servicio de capacitación en modalidad virtual, a través de la implementación y puesta en producción de la plataforma tecnológica.			1
		Difusión de oferta de capacitación en los diferentes temas.	Impresión de propaganda	\$1080,00	1,2,3
		Capacitación en módulo 1: Gestión y Administración en modalidad presencial		\$22756,92	1,2,3
		Capacitación en módulo 2: Ventas / Marketing / Servicio al Cliente en modalidad presencial	Equipos y materiales de oficina, material del curso,	\$22756,92	1,2,3
		Capacitación en módulo 3: Finanzas / Contabilidad en modalidad presencial	refrigerios para participantes, etc.		
Capacitación en módulo 4: Innovación / Mejoramiento productivo en modalidad presencial.		\$22756,92	1,2,3		
<b>TOTAL</b>				<b>\$98264,95</b>	<b>1,2,3</b>

Fuente y elaboración: Faride Hotaki

**Componente 3:** Fomentar la generación de nuevas iniciativas empresariales mediante asesorías y acompañamiento.

El enfoque se refiere a la orientación técnica sobre temas específicos, propiciando el conocimiento y entregar las herramientas para su efectiva aplicación. Se trata de ayudar a que las cosas se realicen, sin hacer directamente.

**Actividad 3.1:** Asistencia a posibles emprendedores a determinar la viabilidad de los nuevos emprendimientos.

Su campo de acción se encuentra en los residentes de Santa Cruz, que tienen intenciones de crear un emprendimiento y a partir de una idea o proyecto en proceso deseen adquirir nuevas habilidades y competencias para enfrentar el proceso de apertura de negocio con mayores niveles de éxito y oportunidades.

Básicamente se trata de llevar a cabo dos acciones:

- Asistir a posibles emprendedores a determinar la viabilidad de su futuro negocio.
- Establecer los nexos necesarios para la inscripción de los nuevos emprendimientos.

Si bien el modelo depende de la idea y es algo personal del emprendedor, su función es la de analizar pormenorizadamente la idea de negocio, examinando tanto la viabilidad técnica, como la económica y financiera, social y medioambiental. Igualmente permite describir los procedimientos, estrategias y demás actuaciones para que la idea de negocio pueda convertirse en realidad.

Para ello se parte de una guía de elaboración de planes de negocio que será diseñada al efecto, teniendo en cuenta un lenguaje claro y sencillo, que considere los aspectos esenciales de un proyecto. De igual forma la universidad estará a cargo de designar a los consultores teniendo en cuenta el tema a abordar y asumiendo el valor de los honorarios de los designados por formar parte de su plantilla.

Tabla 13. Especificaciones técnicas del Componente 3

**Componente 3:** Fomentar la generación de nuevas iniciativas empresariales mediante asesorías y acompañamiento.

**Característica del componente:** Estrategias de articulación de los emprendedores e instituciones para la implementación de nuevos emprendimientos.

Actividad	Metodología	Sub-actividad	Insumos y equipos	Valor total	Año
<b>Actividad 3.1:</b> Asistencia a posibles emprendedores para determinar la viabilidad de los nuevos emprendimientos.	Asesoría técnica y seguimiento.	Levantamiento de posibles emprendimientos	Equipos de oficina.	\$1342,03	1
		Evaluación de la demanda potencial de las diversas opciones de emprendimiento.		\$3894,12	1,2,3
		Determinación de conjunto con emprendedores, de la viabilidad de los emprendimientos.	Insumos de oficina, viáticos y refrigerios.	\$3894,12	1,2,3
		Suministro de la información necesaria que permita establecer los nexos para los nuevos emprendimientos.			
<b>TOTAL</b>				<b>\$9130,27</b>	<b>1,2,3</b>

Fuente y elaboración: Faride Hotaki

#### 4.8.2 Viabilidad financiera y/o económica.

El costo total del Proyecto asciende a la cifra de \$ 112 962,10 dólares, para un período de tres años. La inversión prevista para la ejecución del Plan se calcula en \$ 7666,17 dólares. Se propone la creación de un grupo activo de usuarios de redes sociales y voluntarios para la recaudación de fondos, los que serían manejados por la UTPL.

Tabla 14. Flujo operativo del proyecto

Ingresos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Total
Talleres					
Presenciales		\$ 33.600,00	\$ 33.600,00	\$ 33.600,00	\$ 100.800,00
Talleres Virtuales		\$ 6.000	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 18.000,00
Asesorías		\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 1800,00
Total de ingresos		\$ 40.200,00	\$ 40.200,00	\$ 40.200,00	\$ 120.600,00
<b>Costos</b>					
Insumos		\$ 33.838,64	\$ 33.838,64	\$ 33.838,64	\$ 101.515,93
Inversión AFT	\$ 7.499,29				\$ 7.499,29
Inversión AFI	\$ 166,88				\$ 166,88
Publicidad		\$ 1.260,00	\$ 1.260,00	\$ 1.260,00	\$ 3.780,00
Total del costos	\$ 7.666,17	\$ 35.098,64	\$ 35.098,64	\$ 35.098,64	\$ 112.962,10
<b>Utilidad Operacional</b>					
	\$ -7.666,17	\$ 5.101,36	\$ 5.101,36	\$ 5.101,36	\$ 7.637,90
Flujo acumulado	\$ -7.666,17	\$ -2.564,81	\$ 2.536,54	\$ 7.637,90	

Fuente y elaboración: Faride Hotaki

Los costos operativos serán cubiertos en su totalidad por los ingresos que se esperan generar a partir de los talleres y las consultorías que se presten.

Un estimado inicial de las actividades a desplegar por el proyecto plantea que, para el desarrollo de cada objetivo específico trazado, se desarrollan actividades asociadas a los costos esperados, fundamentando de esta forma el presupuesto solicitado. En las actividades del primer componente se espera emplear el 5%, mientras que para las actividades del segundo componente se estima invertir el 87% y para las actividades del componente tres se destinan el 8% restante.

Tabla 15. Evaluación de la viabilidad económica del proyecto

Detalle de los objetivos	Costos (Dólares USA)	Cumplimiento de los objetivos de impacto	Cambios en la población objetivo
COMPONENTE 1: Propiciar el aprovechamiento de las potencialidades a través de espacios de encuentro que generen un proceso participativo de mejoramiento y recuperación de las redes empresariales.	\$5566,88	Determinación de los problemas de base de emprendimientos para influir en su mejora.	Mejorar la perspectiva de las organizaciones formadas y/o por formar. De esta manera se logra que los nuevos emprendimientos sean sustentables y sostenibles en el tiempo.
COMPONENTE 2: Fortalecer las habilidades y capacidades de los emprendedores mediante el desarrollo de talleres presenciales y virtuales que cubran la totalidad de sus requerimientos.	\$98264,95	Transferir conocimientos aplicados a la gestión empresarial a través de un proceso aprendizaje-enseñanza para cada necesidad generada en la población objetivo.	Emprendedores beneficiados con nuevas habilidades y conocimientos para mejor funcionamiento y garantía de sostenibilidad en el tiempo de sus negocios.
COMPONENTE 3: Fomentar la generación de nuevas iniciativas empresariales mediante asesorías y acompañamiento.	\$ 9130,27	Identificación de nuevas actividades económicas brindando posibilidades de desarrollo.	Necesidades claramente establecidas a fin de ofrecer la asesoría técnica que se requiere.
<b>Total</b>	<b>\$ 112962,10</b>		

Fuente y elaboración: Faride Hotaki

Tomando en cuenta que se va a apoyar al emprendimiento a nivel de unidad productiva en la asesoría técnica, para una mayor creación de bienes públicos, la ambiciosa acción del proyecto no espera que sea establecido para tres años fiscales, sino que sea permanente en el tiempo, buscando crear actividades secuenciales y correlacionadas en otros temas. En tal sentido se analiza que la disponibilidad de recursos financieros asociados a cada una de las actividades está calculada sobre valores reales del mercado. Para el IVA, está calculado sobre la tasa del 12%.

Se calculan beneficios financieros por un valor de \$ 7637,90 dólares, relacionados directamente con las acciones de capacitación y asesoría hacia los sectores comerciales y productivos que se acerquen al proyecto. Su impacto a nivel local y nacional podrá ser medido posteriormente en el incremento de la facturación de los emprendimientos, por tanto, existe Impuesto al Valor Agregado y Renta transferido al desarrollo de la sociedad.

Un segundo aspecto relativo a la sostenibilidad económica del proyecto, es el crecimiento de los emprendimientos, que se refleja en utilidades, generación de empleo, apalancamiento a lo largo del tiempo y estructuras de apoyo al sector productivo.

## **4.9 Análisis de sostenibilidad**

### **4.9.1 Análisis de impacto ambiental y de riesgos.**

Todo proyecto en su proceso de ejecución es proclive a la generación de impactos con derivaciones para el medioambiente, los que pueden resultar de forma tanto positiva como negativa.

Los impactos ambientales del proyecto estarán causados por los efectos que en este territorio tengan los emprendimientos y nuevas propuestas que se ejecuten con el acompañamiento del proyecto.

De ser el caso, con el fin de realizar el análisis de impactos y riesgos ambientales, se señalarían en el levantamiento las medidas necesarias y los costos para contrarrestar los impactos negativos identificados.

### **4.9.2 Sostenibilidad social.**

**Equidad:** Con el presente proyecto se busca elevar la equidad a través de la incorporación de sectores de menor desarrollo, así como trabajar sobre la base comercial y productiva territorial; esto permitirá que los emprendimientos se fortalezcan, generen fuentes de empleo y logren ser sustentables.

**Género:** La participación igualitaria de géneros será uno de los pilares de acción del proyecto, esto permitirá el acceso y la equidad a sectores de menor desarrollo que no han sido fortalecidos.

**Participación ciudadana:** El impulso a la participación comunitaria está presente en el proyecto en la capacitación y formación de los integrantes de la comunidad, en la gestión de sus emprendimientos y la articulación entre organizaciones académicas, comunitarias y las entidades del Gobierno.

Por lo expuesto, se garantiza la sostenibilidad social del proyecto, dado que parte de la estrategia de ejecución del mismo, es el fortalecimiento del sector de la micro empresa, de hecho, desde su diseño se ha considerado la inclusión de los emprendedores informales. De igual forma, se expondrán los beneficios de nuevos negocios, así como la asesoría técnica, que a más de garantizar la sostenibilidad de los negocios incrementan el capital social.

## **4.10 Estrategia de ejecución**

### **4.10.1 Presupuesto (Inversión total del proyecto).**

Tabla 16. Presupuesto del proyecto

<b>Actividad</b>	<b>Sub-actividad</b>	<b>Total</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
<b>Actividad 1.1:</b> Creación de un foro para el emprendedor	Crear y desarrollar la plataforma virtual del foro.	\$166,88	\$166,88		
<b>Actividad 1.2:</b> Creación y/o fortalecimiento de las Asambleas Locales Ciudadanas	Convocatoria a la conformación de las Asambleas Locales Ciudadanas, formalizar su creación, seleccionar a la directiva y realizar sesiones ordinarias y extraordinarias.	\$2700.00	\$900.00	\$900.00	\$900.00
	Difusión de los resultados de las gestiones realizadas por las Asambleas Locales Ciudadanas.	\$2700.00	\$900.00	\$900.00	\$900.00
<b>Actividad 2.1:</b> Desarrollo de seminarios y talleres	Acondicionamiento de espacios físicos para capacitaciones presenciales y potenciación de la plataforma para el desarrollo de los cursos de capacitación virtuales.	\$6157.27	\$6157.27		
	Difusión de oferta de capacitación en los diferentes temas.	\$1080.00	\$360.00	\$360.00	\$360.00
	Capacitación en módulo 1: Gestión y Administración en modalidad presencial.	\$22756.92	\$7585.64	\$7585.64	\$7585.64
	Capacitación en módulo 2: Ventas / Marketing / Servicio al Cliente en modalidad presencial.	\$22756.92	\$7585.64	\$7585.64	\$7585.64
	Capacitación en módulo 3: Finanzas / Contabilidad en modalidad presencial.	\$22756.92	\$7585.64	\$7585.64	\$7585.64
	Capacitación en módulo 4: Innovación / Mejoramiento productivo en modalidad presencial.	\$22756.92	\$7585.64	\$7585.64	\$7585.64
<b>Actividad 3.1:</b> Asistencia a posibles emprendedores a determinar la viabilidad de los nuevos emprendimientos	Levantamiento de posibles emprendimientos.	\$1342,03	\$1342,03		
	Evaluación de la demanda potencial de las diversas opciones de emprendimiento.	\$3894.12	\$1298.04	\$1298.04	\$1298.04
	Determinación de la viabilidad de los nuevos emprendimientos y suministro de la información necesaria que permita establecer los nexos para los nuevos emprendimientos.	\$3894.12	\$1298.04	\$1298.04	\$1298.04
<b>Total</b>		<b>\$112962,1</b>	<b>\$42764,8</b>	<b>\$35098,6</b>	<b>\$35098,6</b>

Fuente y elaboración: Faride Hotaki

#### 4.10.2 Desglose del presupuesto por rubro.

Tabla 17. Desglose del presupuesto por rubro

Actividad	Rubro	Cantidad	Precios unitarios con IVA	Total con IVA
<b>Componente 1:</b>				
<b>Actividad 1.1:</b> Creación de un foro para el emprendedor	Adquisición de dominio	1	\$ 166,88	<b>\$ 166,88</b>
<b>Actividad 1.2:</b> Creación y/o fortalecimiento de las Asambleas Locales Ciudadanas.	Impresión de trípticos para convocatoria	3.000	\$ 0,30	<b>\$ 900,00</b>
	Impresión de trípticos para difusión de los resultados	3.000	\$ 0,30	<b>\$ 900,00</b>
<b>Componente 2:</b>				
<b>Actividad 2.1:</b> Desarrollo de seminarios y talleres	Sandisk tarjeta de memoria micro SD de 64GB	1	\$ 25,99	\$ 25,99
<b>Sub-actividad:</b> Acondicionamiento de espacios físicos y plataforma virtual	Videocámara - Sony HDRCX405B, negro	1	\$ 294,00	\$ 294,00
	Laptop. - procesador INTEL CORE I5	2	\$ 899,01	\$ 1.798,01
	Proyector. - tecnología 3 LCD	2	\$ 1.280,01	\$ 2.560,01
	Impresora. - tinta continua y multifunción	1	\$ 343,26	\$ 343,26
	Ups.- 350 VA, 15 minutos de respaldo	2	\$ 89,01	\$ 178,01
	Micrófono inalámbrico de corbata	2	\$ 76,93	\$ 153,86
	Pantalla para proyectar con trípode 1,53 x 1,53	2	\$ 239,22	\$ 478,44
	Tablero tiza líquida con trípode	2	\$ 152,08	\$ 304,16
	Extensión eléctrica para exteriores	2	\$ 10,76	\$ 21,52
			Total sub-actividad:	<b>\$ 6157,27</b>
<b>Sub-actividad:</b> Difusión de oferta de capacitación en los diferentes módulos.	Anuncios con las propagandas de los proyectos.	3.000	\$ 0,12	<b>\$ 360,00</b>
<b>Sub-actividad:</b> Capacitación en 4 módulos en modalidad presencial.	Resma de papel bond, 75 gramos A4, 500 hojas	100	\$ 3,20	\$ 320,00
	CD-R verbatim torre, 100 unidades, 80 min	5	\$ 50,16	\$ 250,80
	Block ejecutivo tamaño A5, 148x210 mm, 50 hojas a cuadros	659	\$ 1,03	\$ 681,27
	Bolígrafos, color negro y azul	659	\$ 0,50	\$ 329,50
	Marcadores de pizarra: 25 negros, 25 azules, 10 rojos	60	\$ 2,21	\$ 132,60
	Marcadores permanentes: 25 negros, 25 azules, 10 rojos	60	\$ 1,85	\$ 111,00

	Cartulinas de color blanco (pliegos)	50	\$ 1,16	\$ 58,00
	Impresión de trípticos y material de cursos	3.000	\$ 0,30	\$ 900,00
	Carpeta archivador	30	\$ 6,00	\$ 180,00
	Suministros oficina	1	\$ 179,39	\$ 179,39
	Refrigerios (20 sesiones aproximadamente)	680	\$ 40,00	\$ 27.200,00
			Total sub-actividad:	<b>\$ 30.342,56</b>
<b>Componente 3:</b> <b>Actividad 3.1:</b> Asistencia a posibles emprendedores a determinar la viabilidad de los nuevos emprendimientos	Laptop. - procesador INTEL CORE I5	1	\$ 899,01	\$ 899,01
	Impresora. - tinta continua y multifunción	1	\$ 343,26	\$ 343,26
	Ups.- 350 VA, 15 minutos de respaldo	1	\$ 89,01	\$ 89,01
	Extensión eléctrica para exteriores	1	\$ 10,76	\$ 10,76
<b>Sub-actividad:</b> Levantamiento de posibles emprendimientos.			Total sub-actividad:	<b>\$ 1342,04</b>
<b>Sub-actividad:</b> Evaluación de la demanda de opciones de emprendimiento. Determinación de la viabilidad de los nuevos emprendimientos. Suministro de información para establecer los nexos para los nuevos emprendimientos.	Resma de papel bond, 75 gramos A4, 500 hojas	50	\$ 3,20	\$ 160,00
	Block ejecutivo tamaño A5	50	\$ 1,03	\$ 51,69
	Bolígrafo, color negro y azul	50	\$ 0,50	\$ 25,00
	Carpeta archivador	30	\$ 6,00	\$ 180,00
	Suministros oficina.	1	\$ 179,39	\$ 179,39
	Viáticos y refrigerios	20	\$ 100,00	\$ 2.000,00
			Total sub-actividad:	<b>\$ 2.596,08</b>
	<b>TOTAL</b>			<b>\$ 42.764,82</b>

Fuente y elaboración: Faride Hotaki

#### 4.11 Estructura operativa

La estructura operativa para el proyecto se fundamentará en la estructura de la Universidad Técnica Particular de Loja (Entidad ejecutora) que permitirá asegurar a través de su Facultad de Ciencias Administrativas el cumplimiento de las actividades establecidas, las que se realizarán de la siguiente manera:

- Se desarrollará la planificación y diseño del proyecto, la identificación del potencial de los beneficiarios para mejorar sus negocios, mediante espacios de encuentro, capacitaciones, asesoría técnica y acompañamiento; que generen un proceso participativo de mejoramiento y recuperación de las redes empresariales. Además de diagnosticar como se encuentre la organización al momento de la intervención.

#### **4.12 Arreglos institucionales y modalidad de ejecución**

Los arreglos institucionales se desarrollan bajo la modalidad de convenio o cartas de compromiso, como un deber para formalizar y dejar sentado las actividades, responsabilidades, partes y contrapartes de las instituciones, supervisión y tiempo en el que inicia y concluye el proyecto.

La participación del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Cruz es estratégica por su importancia en la gestión a nivel territorial, y sobre todo en la aplicación de las políticas públicas respecto a la capacitación.

La participación de la Cámara de Comercio de Santa Cruz es fundamental porque permite gestionar un entorno favorable para el desarrollo de la actividad empresarial y sectorial a través de la capacitación y certificación de cualificaciones relacionadas con el sector comercial en los perfiles de interés para el emprendedor.

La participación del Ministerio de Turismo es cardinal porque permite fortalecer los conocimientos técnicos, habilidades, destrezas y actitudes de las personas que forman parte del sector turístico, permitiendo generar sinergia para mayor conocimiento de la realidad territorial, y una aplicación idónea de los procesos de descentralización turística.

La participación del Ministerio de Industrias y Productividad permite incrementar las oportunidades para generar diversificación y valor agregado.

La participación del Ministerio de Agricultura y Ganadería es elemental para mejorar las condiciones de vida de los agricultores mediante estrategias de inclusión social de los pequeños y medianos productores.

La Junta Provincial de Defensa del Artesano contribuye a fomentar la formación, capacitación y profesionalización del artesano, de manera que pueda aportar al mejoramiento de los niveles de producción y productividad con calidad en los talleres artesanales con miras a ampliar la frontera de mercados nacionales e internacionales.

Asimismo, la participación de la Universidad Técnica Particular de Loja permite disponer del contingente académico para la cooperación en el proceso de ejecución del proyecto.

#### 4.13 Cronograma valorado por componentes y actividades

Tabla 18. Cronograma de actividades

Actividad	Sub-actividad	Año 1	Año 2	Año 3
<b>Componente 1:</b> Propiciar el aprovechamiento de las potencialidades a través de espacios de encuentro que generen un proceso participativo de mejoramiento y recuperación de las redes empresariales				
	Adquisición de dominio	\$ 166,88		
<b>Actividad 1.1:</b> Creación de un foro para el emprendedor	Hospedar el foro de emprendedores de la isla Santa Cruz en el dominio adquirido			
	Crear el usuario de administración			
	Designar a los modeladores del foro			
	Convocatoria a la conformación de las Asambleas Locales Ciudadanas	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00
<b>Actividad 1.2:</b> Creación y/o fortalecimiento de las Asambleas Locales Ciudadanas	Creación de las Asambleas Locales Ciudadanas y selección de su directiva			
	Realización de sesiones ordinarias y extraordinarias			
	Difusión de los resultados de las gestiones realizadas por las Asambleas Locales Ciudadanas	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00
<b>Componente 2:</b> Fortalecer las habilidades y capacidades de los emprendedores mediante el desarrollo de talleres presenciales y virtuales que cubran la totalidad de sus requerimientos				
	Acondicionamiento de espacios físicos	\$ 6157,27		
	Repotenciación de la plataforma virtual Moodle para el desarrollo de cursos de capacitación			
	Servicio de capacitación en temas de Gestión y Administración; Ventas / Marketing / Servicio al Cliente; Finanzas / Contabilidad; Innovación / Mejoramiento productivo, en modalidad virtual a través de la implementación y puesta en producción de la plataforma tecnológica			
<b>Actividad 2.1:</b> Desarrollo de seminarios y talleres	Difusión de capacitación en los diferentes temas	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00
	Capacitación en módulo 1: Gestión y Administración en modalidad presencial	\$ 7585,64	\$ 7585,64	\$ 7585,64
	Capacitación en módulo 2: Ventas / Marketing / Servicio al Cliente en modalidad presencial	\$ 7585,64	\$ 7585,64	\$ 7585,64
	Capacitación en módulo 3: Finanzas / Contabilidad en modalidad presencial	\$ 7585,64	\$ 7585,64	\$ 7585,64
	Capacitación en módulo 4: Innovación / Mejoramiento productivo en modalidad presencial	\$ 7585,64	\$ 7585,64	\$ 7585,64
<b>Componente 3:</b> Fomentar la generación de nuevas iniciativas empresariales mediante asesorías y acompañamiento				
	Levantamiento de posibles emprendimientos	\$ 1342,03		
<b>Actividad 3.1:</b> Asistencia a posibles emprendedores a determinar la viabilidad de los nuevos emprendimientos	Evaluación de la demanda potencial de las diversas opciones de emprendimiento	\$ 1298,04	\$ 1298,04	\$ 1298,04
	Determinación, de conjunto con emprendedores, de la viabilidad de los nuevos emprendimientos	\$ 1298,04	\$ 1298,04	\$ 1298,04
	Suministro de la información necesaria que permita establecer los nexos para los nuevos emprendimientos			
<b>Total</b>		<b>\$42764.82</b>	<b>\$35098.64</b>	<b>\$35098.64</b>

Fuente y elaboración: Faride Hotaki

#### 4.14 Estrategia de seguimiento y evaluación

##### 4.14.1 Matriz de medios de verificación.

Tabla 19. Matriz de medios de verificación

Indicadores de monitoreo	Medios de verificación		
	Fuente de información / responsable	Medio de recopilación de datos	Frecuencia
Foro de emprendedores activos	Administrador, modeladores, docentes y estudiantes.	Número de discusiones en línea, mensajes de opinión, etc.	Mensual
Sesiones de Asambleas	Ciudadanía, representantes de organismos, docentes y estudiantes.	Ficha de organización comunitaria. Informes de rendición de cuentas presentados. Asambleas Locales Ciudadanas.	Por sesión
Talleres desarrollados. Folletos elaborados con el contenido de los talleres efectuados.	Emprendedores, representantes de organismos, docentes y estudiantes.	Listado de participantes en los talleres. Encuestas de impacto.	Por taller
Levantamiento de posibles emprendimientos. Estudios de demanda. Guía práctica para el desarrollo de planes de negocios elaborada. Estudio Socioeconómico desarrollado.	Nuevos emprendedores, representantes de organismos, docentes y estudiantes.	Encuestas. Informe Socioeconómico. Matriz de monitoreo. Planes de negocios. Expediente y archivo fotográfico. Informe final del proyecto.	Trimestral    Al finalizar

Fuente y elaboración: Faride Hotaki

#### 4.15 Evaluación de resultados e impactos

##### Simultánea al programa:

El impulso a la participación comunitaria a través del desarrollo de las Asambleas Locales Ciudadanas que congregan a todos los empresarios, para que tomen parte en el proceso de decisión de los objetivos y las metas a seguir en el programa.

Los foros, en los que la participación se efectúa de manera individual, garantizan al proceso deliberativo, una perspectiva suficientemente amplia de las temáticas sociales en las zonas de actuación.

### **Al final del programa:**

Se procede a la evaluación del impacto económico, social y/o ambiental que el programa tiene en la comunidad.

Una vez evaluados los resultados alcanzados durante el período de seguimiento, se realiza una identificación de los principales problemas que pudieron haber impedido una mejor calificación, así como de los factores de éxito que contribuyeron a lograr los resultados positivos y unas recomendaciones de soluciones posibles para los inconvenientes, y de factores que se deben reforzar para mantener, o maximizar los logros obtenidos.

#### **4.16 Actualización de línea base**

La actualización de la línea base es parte del proyecto y se realiza anualmente para poder diseñar los nuevos indicadores y metas de la planificación operativa de cada período.

La actualización se desarrollará mediante la evaluación sistemática de la propuesta, que además incluye el cumplimiento de las actividades del proyecto aprobado y los montos proyectados, priorizando fundamentalmente los resultados e impactos logrados en cada período en base a la ejecución de los recursos asignados.

El proceso de seguimiento y control implica verificar la participación de los beneficiarios directos, identificando los sectores que intervienen en el desarrollo de las actividades y el nivel de colaboración que manifiestan, para evaluar la aceptación y compromiso que presentan ante el proyecto. Además de revisar el cumplimiento de los resultados, permitiendo identificar y corregir las actividades propuestas inicialmente. Para realizar la evaluación se debe establecer una comparación entre los valores esperados, que se establecieron anteriormente como indicadores de verificación y los resultados obtenidos, permitiendo registrar y actualizar los objetivos alcanzados por periodo.

La modificación de la línea base se ajustará teniendo en cuenta la identificación de actividades que afectan los objetivos planteados inicialmente, tales como: actividades que sufren cambios imprevistos, tareas propuestas que incurren en atrasos, incorporación de actividades no planeadas, identificación de riesgos no previstos, entre otras situaciones.

Según avance el proyecto se realizarán los ajustes y actualizaciones necesarias para dar cumplimiento a los objetivos propuestos, informando a todos los actores implicados sobre la planificación de nuevas actividades propuestas en función del objeto final. Las modificaciones a menudo incluyen cambios de fechas, horarios y reajuste de funciones de los involucrados. En el caso que se identifiquen actividades de riesgo o no planificadas se definirán planes de

contingencia necesarios. El equipo que participa debe estar sincronizado con la planificación y los posibles cambios para lograr resultados eficientes.

Se debe actualizar el progreso, programar las actividades, establecer los nuevos objetivos y analizar los recursos disponibles para finalmente gestionar los cambios de los nuevos indicadores y metas en base a lo propuesto al inicio del proyecto.

## CONCLUSIONES

Como resultado final de la investigación se concluye que se ha dado cumplimiento a las premisas propuestas, ya que se logró realizar el análisis de los factores que influyen directamente en la iniciativa empresarial en la isla Santa Cruz, del archipiélago de Galápagos, en el periodo 2015-2018 para lograr un desarrollo económico sostenible.

Se investigaron los factores que fomentan o dificultan la actividad emprendedora en la isla Santa Cruz, determinándose que las actividades económicas locales se desarrollan en un ambiente inestable, y que los emprendimientos, generalmente comerciales, se establecen sin previos estudios de mercado, provocando un alto índice de mortalidad empresarial y afectando el crecimiento económico local.

Se logró identificar que los emprendedores tienen preferencia por aperturar negocios de tipo comercial, donde prevalece el emprendimiento familiar y generalmente son personas que no han tenido un negocio con anterioridad. Este último antecedente influye directamente en la falta de experiencia de los actores y en efecto en los cierres prematuros que experimentan las empresas.

La investigación ha revelado que la deficiente formación y preparación técnica de los emprendedores actúa como una importante barrera en el desarrollo y crecimiento de los negocios. En general, se evidencia desconocimiento acerca de las instituciones que brindan asistencia técnica y capacitaciones, aunque se muestran interesados en superarse y obtener nuevas competencias que fomenten la prosperidad de sus negocios.

Como colofón del trabajo se propone un proyecto de promoción de capacidades endógenas para emprendimientos en la isla Santa Cruz, como una herramienta para la solución de las problemáticas detectadas.

## RECOMENDACIONES

- Generar nuevas propuestas de desarrollo local que apoyen y fomenten el fortalecimiento de las capacidades de los emprendedores, para que adquieran competitividad en el mercado local.
- Llevar a la práctica el proyecto de promoción de capacidades endógenas para emprendimientos en la isla Santa Cruz como una importante herramienta para la solución de las problemáticas detectadas.
- Desarrollar una campaña sociocultural que implique fundamentalmente a los emprendedores, para que lleguen a concientizar la necesidad de su participación en capacitaciones y asistencias técnicas especializadas; con la finalidad de obtener los conocimientos necesarios que les permita desarrollar eficientemente los emprendimientos.
- Generar diferentes articulaciones entre las instituciones competentes que apoyen la sustitución selectiva de importaciones, para apoyar la producción local sostenible, con calidad e identidad.

## **ANEXOS**

## Anexo Nro. 1 Guía de la entrevista

### Entrevista inicial

Fecha.....

Tema a desarrollar.....

#### Datos del entrevistado:

Nombres y Apellidos.....

Institución a la que pertenece.....

Cargo que desempeña.....

Tiempo que ha desarrollado esta labor.....

Preguntas de investigación:

1. ¿Quiénes son los emprendedores en la isla en el sector que usted representa?

Respuesta del entrevistado.....

2. ¿Qué tipo de facilidades existen para conseguir fondos y apoyo local?

Respuesta del entrevistado.....

3. ¿Qué factores frenan el emprendimiento?

Respuesta del entrevistado.....

4. ¿Qué factores lo promueven?

Respuesta del entrevistado.....

5. ¿Considera usted que el gobierno local ha impulsado a los habitantes a realizar actividades emprendedoras?

Respuesta del entrevistado.....

**Muchas gracias por su colaboración**

**Anexo Nro. 2 Cuestionario**

Dirigido a los emprendedores de la isla Santa Cruz

Fecha: \_\_\_\_\_

Objetivo: Conocer las características, motivaciones y percepciones de los emprendedores de la isla Santa Cruz de los sectores comercial, turístico, artesanal, pesca y agricultura y ganadería.

Instrucciones: Coloque una (x) en el paréntesis correspondiente a la elección. Puede seleccionar más de una opción cuando sea el caso.

**INFORMACIÓN GENERAL**

**Edad**

- 18 a 25 años
- 26 a 30 años
- 31 a 35 años
- 36 a 40 años
- 41 a 45 años
- 46 a 50 años
- 51 a 55 años
- Más de 55 años

**Género**

- Femenino
- Masculino

**Nivel de escolaridad**

- Ninguno
- Primario
- Secundario
- Bachiller
- Universitario

**Desarrollo comunitario**

1. ¿En qué rango de tiempo ubicaría a su negocio, teniendo en cuenta cuando lo abrió?

Menos de 2 meses	De 2-4 meses	De 4-6 meses	De 6-8 meses	De 8-10 meses	De 10-12 meses	De 12-18 meses	Más de 18 meses
<input type="checkbox"/>							

2. ¿Cómo surgió la idea inicial de su negocio?

- Recomendación de amigos y familiares
- Idea propia
- Según resultados de investigaciones previas
- Tradición familiar
- No existía un negocio igual
- Poca oferta del producto o servicio
- Otros. Especifique: \_\_\_\_\_

3. Indique el tipo de actividad económica principal que desempeña su negocio:

- Agencia de viaje
- Agricultura-Ganadería
- Alimentos-Bebidas
- Alojamiento
- Comercial
- Artesanal
- Pesca

4. Respecto a la forma de apertura, su emprendimiento se clasifica en:

Unipersonal       Familiar       Asociación

5. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación para mejorar la actividad que realiza?

Sí       No, pase a la pregunta 7

6. Indique que instituciones u organizaciones realizaron la capacitación:

\_\_\_\_\_

7. ¿Desearía recibir capacitación y/o asistencia técnica para mejorar la actividad económica que realiza o desea emprender?

Sí       No

8. Indique las temáticas en las cuales usted desearía recibir capacitación para el desarrollo de su actividad o negocio:

Gestión y Administración       Finanzas / Contabilidad

Innovación / Mejoramiento productivo       Ventas / Marketing / Servicio al Cliente

Otros, Especifique: \_\_\_\_\_

### **Sostenibilidad Económica**

9. ¿Cómo financió la apertura de su negocio?

Capital propio       Entidad Bancaria

Cooperativa       Préstamos de terceros

**10.** ¿Cuánto fue su capital inicial aproximadamente?

> a \$500

\$500 - \$1500

\$1501 - \$2500

\$2501 - \$3500

\$3501 - \$4500

\$4501 en adelante

**11.** Indique los factores que influyeron de forma negativa en la apertura del negocio:

Dificultades de acceso a crédito

Falta de capital propio (inversión inicial)

Falta de asistencia técnica (acompañamiento)

Falta de capacitaciones

Otro, Especifique: \_\_\_\_\_

**12.** ¿Ha aperturado un negocio con anterioridad?

Si

No, pase a la pregunta 14

**13.** Si poseía un negocio anterior y actualmente está cerrado, indique los motivos del cierre:

Situación económica interna: Quiebra/ Bajos ingresos/ Ineficiente administración

Situación económica externa: Inestabilidad política, económica, altos impuestos

Nueva oportunidad de trabajo asalariado

Nueva oportunidad de negocio propio

Situaciones personales

Otros. Especifique: \_\_\_\_\_

## Sistema Productivo Local

14. El inmueble donde opera su negocio es:

Propio                     Alquilado                     Prestado/cuidado

15. ¿Cuántos días trabaja a la semana en su actividad principal?

1 día                     2 días                     3 días                     4 días  
 5 días                     6 días                     7 días

16. ¿Cuántos empleados tiene trabajando en su negocio?

Ninguno (Trabajo solo)                     Ninguno (Negocio de familia)  
 Un empleado                     De 2 a 3 empleados  
 Más de 3 empleados

17. Indique la modalidad de abastecimiento de los productos, materia prima o mercadería que utiliza en su negocio.

Compra directa al productor local                     Compra intermediarios locales  
 Compra a proveedores del exterior                     Compra a proveedores del continente

18. ¿Con qué frecuencia se abastece de los productos, materia prima o mercadería?

A diario                     Pasando un día                     Una vez a la semana                     Cada quince días

19. ¿Es sujeto de crédito por parte de sus proveedores?

Sí                     No

**20.** ¿Cuáles prioridades establece en su negocio?

Calidad     Costos     Entregas     Servicio     Otros

**21.** ¿Lleva o ha llevado a cabo algún proceso de mejora de los productos y/o servicios en su negocio?

Sí                       No

**22.** ¿Considera que su emprendimiento va a crecer?

Sí                       No

**Gracias por su colaboración**

### Anexo Nro. 3 Análisis del ciclo de vida del sector comercial

Tipo de actividad comercial	Promedio de días entre apertura y cierre	No. de negocios cerrados	Representatividad del total
ALQUILER DE GAFAS VIRTUALES	238	1	1,3%
ALQUILER DE INMOBILIARIO	371	1	1,3%
ALQUILER DE VEHÍCULO	437	1	1,3%
ASESORAMIENTO EN RELACIONES PUBLICAS Y COMUNICACIÓN	596	1	1,3%
BAZAR	759	3	3,9%
BILLARES	300	2	2,6%
BOUTIQUE	408	1	1,3%
CEVICHERÍA	344	1	1,3%
COMERCIAL	499	3	3,9%
COMIDAS RÁPIDAS	573	2	2,6%
CONSTRUCCIÓN DE VIVIENDA, EDIFICIOS	473	3	3,9%
CYBER	299	2	2,6%
DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS	271	1	1,3%
FARMACIA	430	1	1,3%
JOYERÍA	532	1	1,3%
JUEGOS INFANTILES	505	1	1,3%
LAVANDERÍA	597	1	1,3%
MINI MARKET	202	3	3,9%
PELUQUERÍA	295	2	2,6%
PICANTERÍA	126	1	1,3%
RESTAURANTE	304	9	11,8%
SERVICIOS DE LIMPIEZA	223	1	1,3%
SERVICIOS PRESTADOS	453	4	5,3%
SUVENIR Y ARTESANÍAS	264	4	5,3%
SPA	673	1	1,3%
TIENDA	491	10	13,2%
VENTA DE BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	368	3	3,9%
VENTA DE CHOCHOS	689	1	1,3%
VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS PREPARADAS	102	1	1,3%
VENTA DE GRANIZADO	334	3	3,9%
VENTA DE LEGUMBRES Y FRUTAS	547	2	2,6%
VENTA DE MATERIALES PARA TAPICERÍA	64	1	1,3%
VENTA DE PESCADO, MARISCOS	640	1	1,3%
VENTA DE PRENDAS DE VESTIR	136	2	2,6%
VENTA DE PULPAS , CONCENTRADO DE FRUTAS	200	1	1,3%
<b>PROMEDIO TOTAL DE DÍAS ENTRE APERTURA Y CIERRE</b>	<b>393</b>	<b>76</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Catastro de Patentes del Municipio Santa Cruz, 2017)

Elaboración: Faride Hotaki

#### **Anexo Nro. 4 Datos de los entrevistados**

1. Nombres y Apellidos: Mercedes Altamirano

Institución a la que pertenece: Junta Provincial de Defensa del Artesano

Cargo que desempeña: Presidenta de la Junta

Tema desarrollado: Desarrollo local del sector artesanal

2. Nombres y Apellidos: Lic. Ivonne Torres

Institución a la que pertenece: Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de Santa Cruz.

Cargo que desempeña: Directora del departamento de Desarrollo Sostenible

Tema desarrollado: Apoyo local a la iniciativa empresarial

3. Nombres y Apellidos: Jimmy Bolaños

Institución a la que pertenece: Ministerio de Agricultura y Ganadería

Cargo que desempeña: Director Provincial

4. Nombres y Apellidos: Econ. Juan Carlos Guzmán

Institución a la que pertenece: Ministerio de Educación

Cargo que desempeña: Director distrital

## Anexo Nro. 5 Tabulación de los resultados de la encuesta.

Tabla 20. Edad de los emprendedores entrevistados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18 a 25 años	14	5,5	5,5	5,5
	26 a 30 años	35	13,8	13,8	19,4
	31 a 35 años	38	15,0	15,0	34,4
	36 a 40 años	89	35,2	35,2	69,6
	41 a 45 años	65	25,7	25,7	95,3
	46 a 50 años	12	4,7	4,7	100,0
	Total	253	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Tabla 21. Género de los emprendedores entrevistados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	112	44,3	44,3	44,3
	Masculino	141	55,7	55,7	100,0
	Total	253	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Tabla 22. Nivel de escolaridad de los emprendedores entrevistados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ninguno	1	0,4	0,4	0,4
	Primario	2	0,8	0,8	1,2
	Secundario	30	11,9	11,9	13,0
	Universitario	59	23,3	23,3	36,4
	Bachiller	161	63,6	63,6	100,0
	Total	253	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Tabla 23. Periodo de actividad de los emprendimientos activos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 2 meses	12	4,7	4,7	4,7
	De 2-4 meses	40	15,8	15,8	20,6
	De 4-6 meses	38	15,0	15,0	35,6
	De 6-8 meses	35	13,8	13,8	49,4
	De 8-10 meses	53	20,9	20,9	70,4
	De 10-12 meses	10	4,0	4,0	74,3
	De 12-18 meses	19	7,5	7,5	81,8
	Más de 18 meses	46	18,2	18,2	100,0
	Total	253	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Tabla 24. Motivación inicial del negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poca oferta del producto o servicio	5	2,0	2,0	2,0
	No existía un negocio igual	11	4,3	4,3	6,3
	Recomendación de amigos y familiares	19	7,5	7,5	13,8
	Tradición familiar	21	8,3	8,3	22,1
	Idea propia	197	77,9	77,9	100,0
	Total	253	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Tabla 25. Clasificación del negocio según la actividad económica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pesca	7	2,8	2,8	2,8
	Agricultura-Ganadería	8	3,2	3,2	5,9
	Alojamiento	9	3,6	3,6	9,5
	Agencia de viaje	16	6,3	6,3	15,8
	Artesanal	25	9,9	9,9	25,7
	Alimentos-Bebidas	45	17,8	17,8	43,5
	Comercial	143	56,5	56,5	100,0
	Total	253	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Tabla 26. Clasificación de los emprendimientos según su asociatividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Asociación	52	20,6	20,6	20,6
	Unipersonal	92	36,4	36,4	56,9
	Familiar	109	43,1	43,1	100,0
	Total	253	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Tabla 27. Emprendedores capacitados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	18	7,1	7,1	7,1
	No	235	92,9	92,9	100,0
	Total	253	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Tabla 28. Instituciones capacitadoras

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ministerio de Educación	1	0,4	5,6	5,6
	Junta de Defensa del Artesano	2	0,8	11,1	16,7
	Gremios	2	0,8	11,1	27,8
	Ministerio de Agricultura y Pesca	3	1,2	16,7	44,4
	Cámaras	3	1,2	16,7	61,1
	Municipio de Santa Cruz	3	1,2	16,7	77,8
	Ministerio de Turismo	4	1,6	22,2	100,0
	Total	18	7,1	100,0	
	Perdidos	Sistema	235	92,9	
Total		253	100,0		

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Tabla 29. Interés de los emprendedores en recibir capacitación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	253	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Tabla 30. Temas de interés para capacitación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Innovación / Mejoramiento productivo	8	3,2	3,2	3,2
	Finanzas / Contabilidad	44	17,4	17,4	20,6
	Ventas / Marketing / Servicio al Cliente	81	32,0	32,0	52,6
	Gestión y Administración	120	47,4	47,4	100,0
	Total	253	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Tabla 31. Fuentes de financiamiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Entidad Bancaria	28	11,1	11,1	11,1
	Préstamos de terceros	36	14,2	14,2	25,3
	Cooperativa	57	22,5	22,5	47,8
	Capital propio	132	52,2	52,2	100,0
	Total	253	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Tabla 32. Capital inicial para apertura de negocio local

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	> a \$500	10	4,0	4,0	4,0
	\$4500 en adelante	17	6,7	6,7	10,7
	\$500 - \$1500	18	7,1	7,1	17,8
	\$3501 - \$4500	57	22,5	22,5	40,3
	\$2501 - \$3500	67	26,5	26,5	66,8
	\$1501 - \$2500	84	33,2	33,2	100,0
	Total	253	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Tabla 33. Factores negativos que influyeron en la apertura del negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Miedo al Fracaso	23	9,1	9,1	9,1
	Falta de asistencia técnica (acompañamiento)	26	10,3	10,3	19,4
	Dificultades de acceso a crédito	47	18,6	18,6	37,9
	Falta de capacitaciones	66	26,1	26,1	64,0
	Falta de capital propio (inversión inicial)	91	36,0	36,0	100,0
	Total	253	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Tabla 34. Emprendimientos previos al actual

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	71	28,1	28,1	28,1
	No	182	71,9	71,9	100,0
	Total	253	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Tabla 35. Motivos de cierre de negocios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Situaciones personales	4	1,6	5,6	5,6
	Nueva oportunidad de negocio propio	9	3,6	12,7	18,3
	Nueva oportunidad de trabajo asalariado	25	9,9	35,2	53,5
	Situación económica interna: Quiebra/ Bajos ingresos/ Ineficiente administración	33	13,0	46,5	100,0
	Total	71	28,1	100,0	
Perdidos	Sistema	182	71,9		
Total		253	100,0		

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Tabla 36. Inmueble donde opera el negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Prestado/ cuidado	6	2,4	2,4	2,4
	Propio	40	15,8	15,8	18,2
	Alquilado	207	81,8	81,8	100,0
	Total	253	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Tabla 37. Cantidad de días laborables

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	4 días	5	2,0	2,0	2,0
	3 días	7	2,8	2,8	4,7
	5 días	25	9,9	9,9	14,6
	6 días	91	36,0	36,0	50,6
	7 días	125	49,4	49,4	100,0
	Total	253	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Tabla 38. Número de empleados del negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Más de 3 empleados	17	6,7	6,7	6,7
	De 2 a 3 empleados	28	11,1	11,1	17,8
	Un empleado	39	15,4	15,4	33,2
	Ninguno (Trabajo solo)	77	30,4	30,4	63,6
	Ninguno (Negocio de familia)	92	36,4	36,4	100,0
	Total	253	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Tabla 39. Modalidad de abastecimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Compra a proveedores del exterior	13	5,1	5,1	5,1
	Compra directa al productor local	46	18,2	18,2	23,3
	Compra a intermediarios locales	76	30,0	30,0	53,4
	Compra a proveedores del continente	118	46,6	46,6	100,0
	Total	253	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Tabla 40. Frecuencia de abastecimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mensual o bimestral	9	3,6	3,6	3,6
	A diario	28	11,1	11,1	14,6
	Pasando un día	57	22,5	22,5	37,2
	Cada quince días	78	30,8	30,8	68,0
	Una vez a la semana	81	32,0	32,0	100,0
	Total	253	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Tabla 41. Obtención de crédito de proveedores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	120	47,4	47,4	47,4
	No	133	52,6	52,6	100,0
	Total	253	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Tabla 42. Prioridades en el negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Entregas	18	7,1	7,1	7,1
	Servicio	55	21,7	21,7	28,9
	Calidad	66	26,1	26,1	54,9
	Costos	114	45,1	45,1	100,0
	Total	253	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Tabla 43. Procesos de mejora aplicados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	53	20,9	20,9	20,9
	No	200	79,1	79,1	100,0
	Total	253	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

Tabla 44. Expectativas del crecimiento futuro del negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	29	11,5	11,5	11,5
	Si	224	88,5	88,5	100,0
	Total	253	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas, 2017

Elaboración: Faride Hotaki

## BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, L. (2017). *Seminario de Fin de Titulación* (Primera ed.). Loja, Ecuador: EDILOJA Cía Ltda.
- Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito, Ecuador: Lexis.
- Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2015). *Ley Orgánica de Régimen Especial de la Provincia de Galápagos LOREG*. Quito, Ecuador: Lexis.
- Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2017). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones COPCI*. Quito, Ecuador: Lexis.
- Barrios Vera, J. G. (2010). *Sostenibilidad económica y social como prioridad para la sustentabilidad ambiental*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/sostenibilidad-economica-social-prioridad-sustentabilidad-ambiental/>
- Camacho, J. (2012). Desarrollo comunitario. *Eunomía. Revista en Cultura de la Legalidad*(3), 206-212. Recuperado de <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/EUNOM/article/viewFile/2132/1064>
- Conceptodefinicion. (21 de Mayo de 2016). *Definición de crecimiento económico*. Recuperado de <http://conceptodefinicion.de/crecimiento-economico/>
- Consejo de Gobierno del Régimen Especial Galápagos. (2016). *Plan Galápagos. Plan de Desarrollo Sustentable y Ordenamiento Territorial del Régimen Especial Galápagos (2015-2020)*. Puerto Baquerizo Moreno, Galápagos, Ecuador. Recuperado de [http://www.gobiernogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/04/Plan-Galapagos-2015-2020\\_12.pdf](http://www.gobiernogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/04/Plan-Galapagos-2015-2020_12.pdf)
- Consejo Nacional de Planificación. (2009). *Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013*. Quito, Ecuador: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.
- Escuela Superior Politécnica del Litoral. (2010). *Global Entrepreneurship Monitor*. Recuperado de [http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2011/12/Reporte\\_GEM\\_2010.pdf](http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2011/12/Reporte_GEM_2010.pdf)
- Escuela Superior Politécnica del Litoral. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador*. Recuperado de <http://www.espae.espol.edu.ec/gem/>

- Formichella, M. M. (2004). Monografía. *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Tres Arroyos, Buenos Aires, Argentina: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.
- Freire, A. (2004). *Pasión por emprender: de la idea a la cruda realidad*. Buenos Aires, Argentina: Aguilar.
- Fundacionprogresamos. (11 de Marzo de 2016). *Demografía empresarial*. Recuperado de <http://www.fundacionprogresamos.org.co/demografia-empresarial>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Cruz. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Santa Cruz 2015-2027 PDOT*. Galápagos: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Cruz.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Cruz. (Mayo de 2017). *Catastro de Patentes del Municipio Santa Cruz*. Santa Cruz, Galápagos.
- González, F. J. (2014). *Incidencia del marco institucional en la capacidad emprendedora de los jóvenes de Andalucía*. Universidad de Sevilla, España. Recuperado de [http://fondosdigitales.us.es/media/thesis/287/Original\\_M\\_TD-0510.pdf](http://fondosdigitales.us.es/media/thesis/287/Original_M_TD-0510.pdf)
- Grupo Banco Mundial. (2017). *Banco Mundial, Desarrollo sostenible*. Recuperado de <http://www.bancomundial.org/es/topic/sustainabledevelopment/overview#1>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC. (2015). *Censo de Población y Vivienda Galápagos 2015*. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- Kimmons, R. (2017). *La Voz de Houston. ¿Cuáles son los conceptos básicos y características de la iniciativa empresarial?* Recuperado de <https://pyme.lavoztx.com/cules-son-los-conceptos-bsicos-y-caractersticas-de-la-iniciativa-empresarial-5622.html>
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). *Resumen El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación*. Washington, DC: Banco Mundial. doi:10.1596/978-1-4648-0284-3
- López Menéndez, A. J., & Pérez, R. (2011). *Métodos Estadísticos para Economía y Empresa*. Oviedo, España: Universidad de Oviedo. Unidad de Estadística y Econometría.
- Naclerio, A. (2008). *Sistema Productivos Locales*. Recuperado de [http://www.coninagro.org.ar/DocsVarios/UGF/A2\\_08\\_Sist\\_Productivos\\_Locales.pdf](http://www.coninagro.org.ar/DocsVarios/UGF/A2_08_Sist_Productivos_Locales.pdf)

- Nunes, P. (2015). *Autonomía Financiera*. Recuperado de <http://knoow.net/es/cieeconcom/contabilidad/autonomia-financiera/>
- Observatorio de Turismo Galápagos. (2017). *Estadísticas en línea. Catastro Turístico de Galápagos*. Recuperado de <http://www.observatoriogalapagos.gob.ec/catastro>
- Pérez, V. (2008). *Concepto de competitividad empresarial*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/concepto-competitividad-empresarial/>
- Proaño, A. (2015). Ecuador tiene el reto de mejorar la calidad de los nuevos negocios. *Líderes*. Recuperado de <http://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-reto-mejorar-calidad-nuevos.html>
- Real Academia española. (2014). *Diccionario de la Real Academia Española (23ª ed.)*. Madrid, España: ESPASA-CALPE SA.
- Rojas, L. (2009). *Guía de herramientas municipales para la promoción del desarrollo económico local*. San José, C.R: Fundación DEMUCA.
- Soler Ramos, I., & Torrent Sellens, J. (2017). *Técnicas de análisis de datos para la empresa (Primera ed.)*. Catalunya, Ecuador: Universidad Oberta de Catalunya.
- Vázquez Barquero, A. (2007). Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial. *Investigaciones Regionales*(11), 183-210. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/289/28901109.pdf>